

Tugas Akhir - RD 141558

**PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA
BERTEMA SEJARAH ETNIK
KOTA SURABAYA**

**BAYU PRATAMA WIRASAKTI
NRP. 3411100150**

**Dosen Pembimbing :
Kartika Kusuma Wardani, ST., M.Si.
NIP : 198308192008122001**

**Program Studi Desain Komunikasi Visual
Departemen Desain Produk
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2018**



Final Project - RD 141558

DESIGNING AN ETHNIC HISTORY THEMED TOURISM GUIDE BOOK OF SURABAYA CITY

**BAYU PRATAMA WIRASAKTI
NRP. 3411100150**

Supervisor :

Kartika Kusuma Wardani, ST., M.Si.

NIP : 198308192008122001

**Visual Communication Design
Department of Product Design
Faculty of Architecture, Design and Planning
Sepuluh Nopember Institute of Technology
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA
BERTEMA SEJARAH ETNIK
KOTA SURABAYA**

TUGAS AKHIR / RD 141558

**Disusun Untuk Memenuhi Syarat
Gelar Sarjana Teknik (S.T.)**

**Pada
Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual
Departemen Desain Produk
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

Oleh

Bayu Pratama Wirasakti

NRP.3411100150

Surabaya, 5 Februari 2018

Periode Wisuda 117 (Maret 2018)

**Mengetahui,
Kepala Departemen Desain Produk**



Ellya Zulaikha, ST., M.Sn., Ph.D.
NIP. 197510142003122001

**Disetujui
Dosen Pembimbing**

Kartika Kusuma Wardani, ST., M.Si.
NIP. 19830819200810122001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya,

Nama Mahasiswa : Bayu Pratama Wirasakti

NRP : 3411100150

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis Laporan Kerja Profesi yang saya buat dengan judul **“PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA BERTEMA SEJARAH ETNIK KOTA SURABAYA”** adalah :

- 1) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan sebagai kutipan/referensi dengan cara yang semestinya.
- 2) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan data-data hasil pelaksanaan penelitian dalam proyek tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka saya bersedia karya tulis Tugas Akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 26 Januari 2018

Yang membuat pernyataan



Bayu Pratama Wirasakti

NRP: 3411100150

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa sebagai dzat yang Maha memberi petunjuk, serta Maha pemberi rahmat dan karunia sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan ini dengan lancar.

Penulisan laporan ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan terhadap penulis. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak – pihak yang telah membantu penulis:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Kedua orang tua penulis, Yayuk Ely Agustin dan Pontjo Yunarko
3. Saudara penulis, Bintang dan Tiara
4. Ibu Kartika Kusuma Wardani selaku dosen pembimbing
5. Teman – teman kontrakan Karantina HQ, Andreas, Oki, Jeihan, dan bapak-bapak angkatan 2011 yang tiada henti memberikan semangat.
6. Jung Eunha yang selalu membuat hati tenang dan gembira.
7. Noreasonwhy Family, yang selalu menemani ketika mengerjakan hingga tersusunnya laporan ini.
8. Whoda Samasta, Diah Indradewi, Christiandryarto, Dawam Izzudin, dan Anshor yang telah menemani perjalanan dan berjuang bersama.
9. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua di dalam kata pengantar yang singkat ini

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini tidaklah sempurna, maka dari itu kritik dan saran bagi penulis sangat diharapkan.

Akhir kata, penulis berharap agar laporan ini mampu memberikan manfaat bagi para pembaca dan bisa digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 2018

Bayu Pratama Wirasakti

PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA BERTEMA SEJARAH ETNIK KOTA SURABAYA

Nama Mahasiswa : Bayu Pratama Wirasakti
NRP : 3411100150
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Dosen Pembimbing : Kartika Kusuma Wardani, ST., M.Si– 19830819
2008122001

ABSTRAK

Wisatawan Mancanegara tidak mengetahui bahwa Surabaya memiliki banyak tempat wisata yang dapat dikunjungi dan memiliki nilai sejarah yang tinggi. Maka dibutuhkan sebuah media yang dapat menjadi literatur serta memandu para wisatawan untuk dapat menikmati kota Surabaya. Wisatawan Mancanegara memiliki preferensi berjenis wisata sejarah dan aktifitas luar ruangan, maka sejarah etnik merupakan hal yang menarik bagi wisatawan mancanegara untuk dibahas.

Perancangan ini melalui beberapa tahap riset. Pertama dilakukan observasi mengunjungi situs-situs sejarah di kota Surabaya. Berikutnya dilakukan kuesioner kepada warga negara asing dan indonesia. Selanjutnya melakukan wawancara mendalam kepada Kepala Bidang RHU Dinas Pariwisata dan warga negara asing yang menetap sementara di Surabaya serta melakukan focus group discussion pada komunitas traveller Surabaya. Data yang didapatkan menentukan pengambilan keputusan untuk menghasilkan desain yang tepat.

Buku Panduan Wisata bertema sejarah etnik kota Surabaya ini berbasis ilustrasi yang berkonsep “Surabaya, Kota bersejarah yang multi-etnis”. Dengan media ini, diharapkan audiens mampu mengetahui sejarah kota Surabaya dan dapat mengenal tokoh-tokoh yang berpengaruh dalam perkembangan kota Surabaya serta menarik minat warga negara asing untuk berwisata di Kota Surabaya.

Kata kunci: Sejarah, Etnik, Ilustrasi, Buku Panduan Wisata, *dan* Surabaya

DESIGNING AN ETHNIC HISTORY THEMED TOURISM GUIDE BOOK OF SURABAYA CITY

Student Name : Bayu Pratama Wirasakti
NRP : 3411100150
Study Program : Visual Communication Design
Lecturer : Kartika Kusuma Wardani, ST., M.Si– 19830819
2008122001

ABSTRACT

Travelers Abroad not knowing that Surabaya has many tourist attractions that can be visited and has a high historical value. So it takes a media that can be literature and guide the tourists to enjoy the city of Surabaya. Travelers Abroad have a preference for a variety of historical tours and outdoor activities, then ethnic history is an interesting thing for foreign tourists to discuss.

This design through several stages of research. The first observation visited the historical sites in the city of Surabaya. The next questionnaire was conducted to foreign nationals and Indonesia. Subsequently conducted in-depth interviews to the Head of RHU Department of Tourism and foreign nationals who temporarily reside in Surabaya and focus group discussion on the Surabaya traveler community. The data obtained determines the decision to produce the right design.

The Surabaya City ethnic history-themed book is based on illustration concept "Surabaya, multi-ethnic historic city". With this media, it is hoped that the audience will be able to know the history of Surabaya city and get to know the influential figures in Surabaya city development as well as to attract foreign citizens to travel in Surabaya city.

Keyword: History, Ethnic, Illustration, City Guide Book, and Surabaya

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Ruang Lingkup	8
1.8 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Subjek Desain	11
2.1.1 Sejarah Etnik	11
2.1.2 Kota Surabaya	11
2.1.3 Keberagaman Etnis Surabaya.....	12
2.1.4 Akses dan Transportasi Surabaya	18
2.2 Tinjauan Tentang Buku	20

2.2.1 Buku Panduan Wisata.....	20
2.2.2 Sistematika Buku	21
2.3. Tinjauan Elemen Visual	22
2.3.1 Ilustrasi	22
2.3.2 Gaya Gambar.....	23
2.3.3 Teori Pencahayaan	24
2.3.4 Ilustrasi Lanskap	25
2.3.5 Teori Warna.....	26
2.3.6 Karakteristik Warna	27
2.3.7 Tipografi	30
2.3.8 Type Size	32
2.3.9 Type Personality	33
2.3.10 Layout.....	34
2.3.11 Grid	36
2.3.12 QR Code	39
2.3.13 Studi Ergonomi	40
2.4 Studi Eksisting	44
2.4.1 Studi Kompetitor.....	44
2.4.2 Studi Komparator.....	46
BAB III METODOLOGI DESAIN	51
3.1 Metode Penelitian	51
3.2 Teknik Sampling.....	52
3.2.1 Populasi	52
3.2.2 Sampel	52
3.2.3 Pendekatan Kualitatif.....	53

3.3 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.3.1 Data Primer.....	53
3.3.2 Pendekatan Kuantitatif.....	55
3.3.3 Data Sekunder	56
3.4 Analisa Data.....	58
3.4.1 Focus Group Discussion	58
3.4.2 Wawancara Mendalam	61
3.4.3 Analisa Kuesioner	64
3.4.4 Kesimpulan Kuesioner	66
3.4.4 Hasil Penelitian.....	67
3.5 Kriteria Desain	68
3.6 Alur Perancangan.....	69
BAB IV KONSEP DESAIN.....	70
4.1 Gambaran Umum.....	71
4.1.1 Surabaya dan Pariwisata	71
4.1.2 Deskripsi Perancangan.....	72
4.2 Konsep Desain	73
4.2.1 Produk.....	73
4.2.2 Positioning	74
4.2.3. Unique Selling Point	74
4.2.4 Segmentasi.....	74
4.2.4. Visi	75
4.2.5 Misi	75
4.2.6 Keyword	75
4.3. Strategi Media.....	78

4.3.1 Komunikasi	78
4.3.2 Media	78
4.4 Kriteria Desain	79
4.4.1 Struktur Buku	79
4.4.2 Konten Buku.....	79
4.4.3 Map Kota Surabaya.....	86
4.4.4 Spesifikasi Buku	89
4.4.5 Prakiraan Harga Produksi.....	90
4.4.6 Stragegi Penjualan	90
4.4.7 Warna.....	91
4.4.8 Desain Visual	91
4.5. Proses Desain	100
4.5.1 Proses Ilustrasi Alternatif Gaya Gambar	101
4.5.2 Proses Pewarnaan.....	102
4.5.3 Proses Layout	103
4.5.4 Simplifikasi Ikon Peta.....	104
4.6. Alternatif Desain Digital.....	104
4.6.1. Cover Buku.....	104
4.6.2 Desain Sub-Bab.....	105
4.6.3 Desain Isi Konten.....	106
BAB V IMPLEMENTASI DESAIN.....	107
5.1 Desain Final	107
5.1.1 Elemen Grafis.....	107
5.2 Riset Pembaca.....	114
5.2.1 Hasil Riset Pembaca	116

BAB VI	117
6.1 Kesimpulan	117
6.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA.....	xviii
Lampiran.....	xix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bus Surabaya Shopping and Culinary Track.....	2
Gambar 1.2 Grafik Preferensi Wisatawan Mancanegara 2012-2013.....	2
Gambar 1.3 Grafik Preferensi Wisatawan Nusantara 2012-2013.....	3
Gambar 1.4 Jumlah wisatawan Surabaya.....	4
Gambar 1.5 Preferensi wisatawan internasional.....	5
Gambar 1.6 Preferensi eBook dan buku fisik.....	5
Gambar 2.1 Buku "New York City" sebagai buku panduan wisata kota New York yang menggunakan teknik ilustrasi	21
Gambar 2.2 Gaya gambar realism	23
Gambar 2.3 Gaya Gambar semi – realis	24
Gambar 2.4 Lukisan Rembrant Bertajuk Jacob de Gheyn III	24
Gambar 2.5 Ilustrasi Lanskap Hanson dengan tinta dan pena	25
Gambar 2.6 Ilustrasi gedung kafe Berwarna Hanson	26
Gambar 2.7 Color Wheel.....	27
Gambar 2.8 Tetradic Color Engine digunakan untuk mencari warna yang harmonis dengan teori empat warna.	29
Gambar 2.9 <i>Standard Mood Color</i>	29
Gambar 2.10 Warna jenaka atau candaan menyenangkan.	29
Gambar 2.11 Warna senja.....	30
Gambar 2.12 Warna malam metropolitan.	30
Gambar 2.13 penggunaan font Serif pada buku The Monocle Travel.....	34
Gambar 2.14 Pola Lay-out Z.....	35
Gambar 2.15 Pola lay-out zig-zag	35
Gambar 2.16 Pola lay-out golden triangle	35
Gambar 2.17 Pola lay-out F.....	36
Gambar 2.18 Referensi layout Z dengan Hirarki Grid	36
Gambar 2.19 Column grid.....	37
Gambar 2.20 Hieararchial Grid	38
Gambar 2.21 Contoh Modular Grid.....	38
Gambar 2.22 Single Column Grid	39

Gambar 2.23 Two Column Grid	39
Gambar 2.24 contoh QR Code.	40
Gambar 2.25 Cover buku "Jalan-Jalan Surabaya: Enaknya ke Mana?"	44
Gambar 2.26 Cover buku "Petunjuk Peta Surabaya Perkembangan"	45
Gambar 2.27 Cover "Meanwhile, in San Fransisco: The City Own Words"	46
Gambar 2.28 Perkotaan San Fransisco yang digolongkan sang ilustrator.	47
Gambar 2.29 Ilustrasi untuk penduduk San Fransisco yang mengidolakan tim San Fransisco Giants.	47
Gambar 2.30 Cover buku "Tokyo on Foot"	48
Gambar 2.31 Penggambaran Masyarakat pada buku "Tokyo on Foot"	50
Gambar 2.32 Penggambaran obat anti nyamuk pada buku " <i>Tokyo on Foot</i> "	50
Gambar 3.9 Alur Perancangan Desain.	69
Gambar 4.1 Kata kunci perancangan.	77
Gambar 4.2 Buku Thread Stitching.	78
Gambar 4.3 Mapping Kota Surabaya.....	87
Gambar 4.4 Palet warna yang mewakili tiap bab pada buku.	91
Gambar 4.5 Alternatif Layout dan ilustrasi untuk panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya.....	92
Gambar 4.6 Rough Sketch untuk kover buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya.....	93
Gambar 4.7 Sketch untuk bab sejarah Arab pada buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya, merupakan tracing dari gerbang makam Sunan Ampel.	94
Gambar 4.8 Contoh untuk penggambaran masyarakat dalam buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya	95
Gambar 4.9 Contoh untuk penggambaran masyarakat eropa dan pribumi pada masa penjajahan.....	96
Gambar 4.10 Contoh untuk penggambaran alat transportasi beserta keterangan pendukung dalam buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya.....	97
Gambar 4.11 Contoh Peta dalam buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota	

Surabaya.....	98
Gambar 4.12 Font Poetsen One untuk Head Text	99
Gambar 4.13 Font Bariol untuk Body Text	99
Gambar 4.14 Font Consolas untuk keterangan penerbitan	99
Gambar 4.15 Penggunaan font dan leading pada halaman.	100
Gambar 4.16 Alternatif Gaya Gambar ilustrasi manusia.	102
Gambar 4.17 Proses Pewarnaan Objek Wisata Vihara Kwan Im.	103
Gambar 4.18 Penataan Layout pada konten buku.	103
Gambar 4.19 Simplifikasi objek wisata menjadi ikon.	104
Gambar 4.20 Proses Alternatif Cover Buku.	105
Gambar 4.21 Alternatif Sub Bab pada buku.....	105
Gambar 4.22 Alternatif desain pada isi konten Sunan Ampel.	106
Gambar 5.1 Tipografi judul buku	107
Gambar 5.2 Cover Buku depan dan belakang Explore Surabaya.....	108
Gambar 5.3 Desain Sub bab pada buku	110
Gambar 5.4 Keterangan penerbitan pada buku Explore Surabaya.	111
Gambar 5.5 Layout daftar isi.	111
Gambar 5.6 Layout pada halaman konten.....	112
Gambar 5.7 Layout pada halaman kuliner.	112
Gambar 5.8 Layout pembuka sejarah etnis.	113
Gambar 5.9 Peta yang dilengkapi ikon untuk memudahkan pencarian.	114
Gambar 5.10 Desain X-banner untuk keperluan pameran dan launching buku.cxiv	
Gambar 5.11 Keluarga Benhernt membaca buku Explore Surabaya.....	115
Gambar 5.12 Turis asal Mexico membaca Explore Surabaya.....	116

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Ketertarikan buku.....	64
Grafik 3.2 Pertimbangan memilih buku.....	65
Grafik 3.3 Frekuensi membeli buku.	65
Grafik 3.4 Nominal untuk membeli buku.	65
Grafik 3.5 Buku sebagai media	65
Grafik 3.6 Pengetahuan lokasi wisata Surabaya.....	66
Grafik 3.7 Pengetahuan sejarah etnis Surabaya.....	66
Grafik 3.8 Mendapatkan informasi sejarah etnis Surabaya.....	66

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Alur Perancangan Desain.....	69
Bagan 4.1 Kata kunci perancangan.....	77
Bagan 4.2 Mapping Utama Kota Surabaya	96
Bagan 4.3 Asal Mula Kota Surabaya.	777
Bagan 4.4 Sejarah Etnis Arab di Surabaya	98
Bagan 4.5 Sejarah Enis Cina di Surabaya	99
Bagan 4.6 Sejarah Etnis Eropa di Surabaya.	100
Bagan 4.7 Sejarah Bumiputra di Surabaya.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Persona <i>Focus Group Discussion</i>	74
Tabel 4.1 Spesifikasi Buku.....	77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surabaya sebagai Ibu Kota provinsi Jawa Timur, kota terbesar kedua di Indonesia yang menyandang berbagai macam penghargaan baik Nasional maupun Internasional. Surabaya disebut sebagai Kota Pahlawan, karena perjuangan rakyatnya yang heroik pada masa penjajahan Belanda pada tanggal 10 November 1945 dan menjatuhkan kepemimpinan Brigadir Jendral A.W.S. Mallaby dan menghasilkan salah satu monumen yang menjadi ikon Surabaya yaitu Monumen Tugu Pahlawan. Surabaya menjadi pusat perdagangan sejak masa kerajaan Majapahit dan terus berlanjut sampai saat ini, hingga pertumbuhan Kota Surabaya menjadi sentra ekonomi daerah di Jawa Timur. Begitu banyak etnik, suku, dan budaya penduduk di Surabaya mulai dari Orang Jawa yang merupakan keturunan dari kerajaan Majapahit yang pernah berjaya di Surabaya dan Kerajaan Mataram yang berhasil menaklukkan keraton Surabaya, orang Madura yang bertransmigrasi dari pulau Madura untuk berdagang dan beraliansi dengan Majapahit pada masa kerajaan, Etnis Cina yang telah berada di Indonesia sejak jaman Dinasti Sui untuk berdagang, Etnis Arab yang bermigrasi dari Hadramaut untuk menyebarkan agama Islam, dan lainnya telah hidup di Surabaya sekian lama dengan harmonis, merupakan wujud bahwa Surabaya memiliki tingkat toleransi yang tinggi atas suku, ras, budaya, dan agama.¹

Kota ini memiliki kebudayaan yang patut dipertahankan dan diwariskan. Berbagai macam anjungan wisata ada di Kota Surabaya. Mulai dari wisata edukasi hingga wisata kuliner siap memanjakan para wisatawan. Faktanya terdapat lebih dari 50 lokasi pariwisata di Surabaya² dan sebagian besar wisatawan nusantara maupun mancanegara hanya mengetahui kurang dari setengahnya.³ Saat ini Surabaya memiliki sebuah program bertajuk *Surabaya Shopping and Culinary*

1 <http://www.sparklingsurabaya.info/about-surabaya/people-a-culture>

2 <http://www.eastjava.com/tourism/surabaya/ina/>

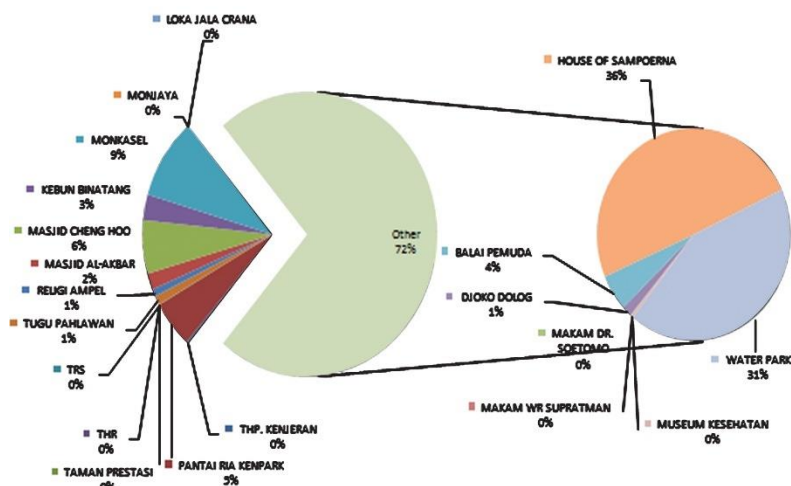
3 <http://pariwisatasurabaya.com/statistik/preferensi-kunjungan-wisatawan-nusantara-di-odtw-surabaya-2012-graph-domestic-tourists-preference-for-visiting-surabaya-tourism>

Track yang memberikan fasilitas berupa bis keliling gratis menuju ke lokasi Kuliner dan Belanja di Surabaya, namun sayangnya tidak menuju ke seluruh penjuru kota Surabaya dan seluruh lokasi wisatanya.

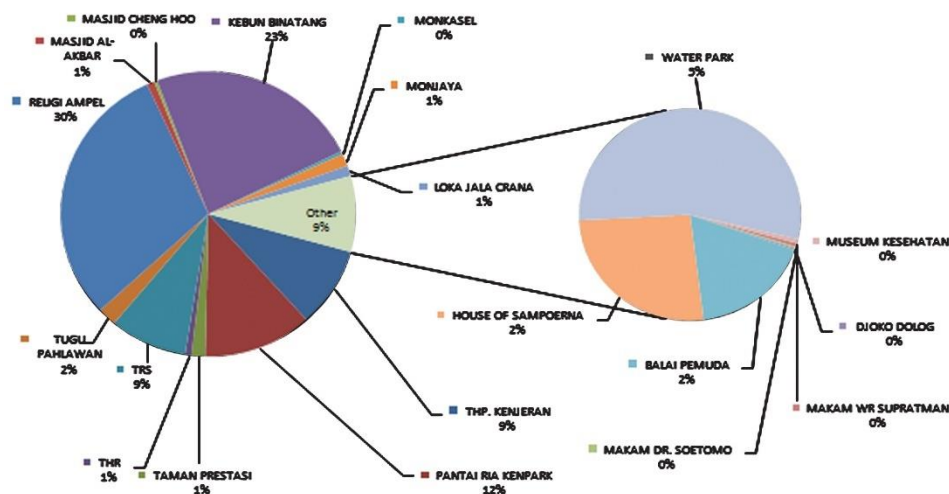


Gambar 1.1 Bus Surabaya Shopping and Culinary Track.
Sumber: Garuda Magazine

Surabaya yang merupakan Kota Besar memiliki kemudahan akses transportasi ke penjuru kota, namun pada kenyataannya Surabaya masih belum merata dalam hal kunjungan pariwisata baik domestik maupun mancanegara.



Gambar 1.2 Grafik Preferensi Wisatawan Mancanegara 2012-2013
Sumber: Data Kunjungan Pariwisata Surabaya



Gambar 1.3 Grafik Preferensi Wisatawan Nusantara 2012-2013
Sumber: Data Kunjungan Pariwisata Surabaya

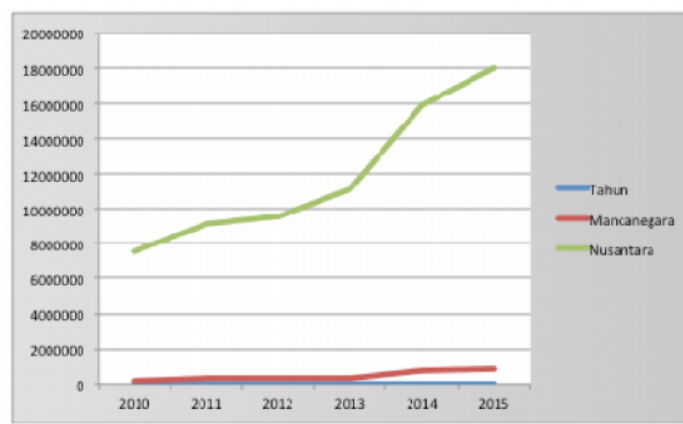
Berdasarkan tabel grafik, wisatawan baik nusantara maupun mancanegara tidak benar-benar mengenal lokasi-lokasi pariwisata di Surabaya. Dari 35 lokasi pariwisata, yang selalu menjadi tujuan hanya berjumlah sekitar 20 lokasi yang menjadi tujuan berwisata ke Surabaya. Kondisi seperti ini sangat disayangkan dimana sektor pariwisata merupakan hal penting yang dapat meningkatkan penghasilan masyarakat lokal.

Howard W. Dick seorang pakar ekonomi yang memiliki spesialisasi penelitian di Indonesia telah membuat buku berjudul *“Surabaya City of Work”*. Di dalam bukunya tersebut beliau mengatakan bahwa *“we would advise travellers to stay no longer at Surabaya than necessary, the more so as a single day is empty sufficient to reach several attractive spots in the highlands⁴”* yang berarti *“kami menganjurkan agar para wisatawan tidak tinggal di Surabaya melebihi waktu yang dibutuhkan, karena tidak banyak tempat atraktif di daerah tersebut”*. Di dalam bukunya beliau mengatakan dengan jelas bahwa kota Surabaya merupakan kota yang menyibukkan dan tidak akan berkembang menjadi tempat yang menarik.

Seringkali para wisatawan memiliki tujuan untuk sekedar berlibur melepas penat akan aktifitas ataupun dengan sengaja meluangkan waktu untuk melakukan

4 Howard W. Dick, *Surabaya City of Work*

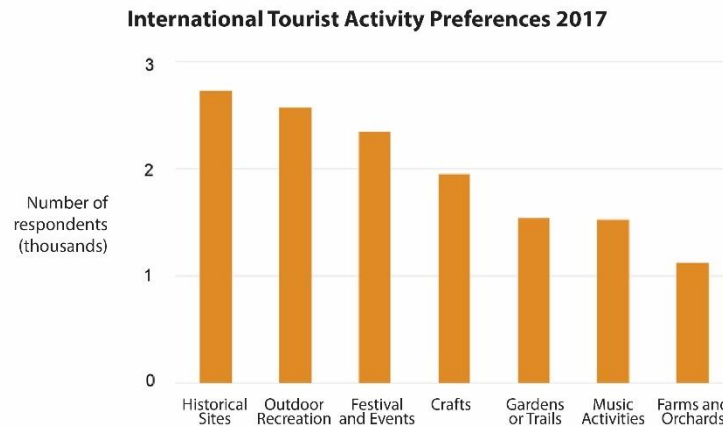
perjalanan ke tempat atau bahkan negara lain. Namun tentu pariwisata tidak dapat dimaksimalkan jika tidak ada hal yang turut mempromosikan maupun memperkenalkan lokasi pariwisata tersebut melalui media lain yang kenyataannya sektor pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di dunia⁵ dan dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pengenalan lokasi-lokasi pariwisata di Surabaya harus dikemas semenarik mungkin sehingga wisatawan memiliki antusiasme yang tinggi untuk mengunjungi Kota Surabaya.



Gambar 1.4 Grafik Jumlah Wisatawan di Surabaya
Sumber: Data Pokok Kota Surabaya 2017

Jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi kota Surabaya kurang signifikan dibanding dengan wisatawan nusantara maka diperlukan sebuah media yang dapat menjangkau luar negeri sehingga mengenal kota Surabaya. Namun dibutuhkan tema yang tepat agar warga negara asing tertarik untuk membeli dan mengenal kota Surabaya lebih jauh dan mengunjungi.

5 Pengembangan Pariwisata Indonesia
http://kolom.pacific.net.id/ind/setyanto_p._santosa/artikel_setyanto_p._santosa/pengembangan_pariwisata_indonesia.html

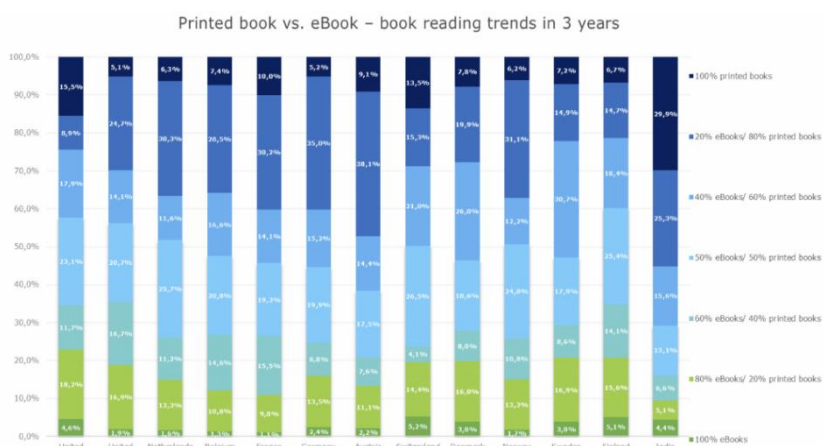


Gambar 1.5 Grafik Preferensi Wisatawan Internasional
Sumber: International Service and Research Station

Dari data di atas maka dapat disimpulkan bahwa wisatawan mancanegara tertarik dengan pariwisata bertema sejarah, kemudian kegiatan-kegiatan yang tamasya di luar ruangan serta acara-acara yang digelar pada waktu tempat tertentu. Kesimpulannya adalah untuk menarik minat wisatawan mancanegara ke Surabaya adalah dengan mengekspos sejarah yang dimiliki oleh Surabaya dengan media terpilih yang dapat menjangkau warga negara asing.

Ada dua macam media yang akan dibahas dan dapat digunakan sebagai panduan dalam berwisata, yaitu buku panduan wisata cetak dan *ebook*. Keduanya memiliki keunggulan masing-masing, tetapi berdasarkan survey yang telah ada sebelumnya. Masyarakat lebih memilih buku cetak dibandingkan dengan *ebook*.

Begitu banyak orang lebih memilih buku cetak daripada *ebook* dikarenakan



Gambar 1.6 Data statistik preferensi buku cetak dan ebook dai 13 negara
Sumber : Global eBook Survey 2017

beberapa alasan, yaitu sebagai berikut

- Merasakan pengalaman pribadi memiliki sebuah buku, membawanya, menyentuh fisik buku dan mencium baunya.
- Mempelajari sesuatu menjadi lebih kondusif dengan buku
- Berbagi buku dengan teman dan sahabat.
- Mengkoleksi buku dapat menjadi kepuasan tersendiri, dan terlebih lagi dapat menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi.
- Kenikmatan visual ketika melihat desain buku, kemasannya, ilustrasi kovernya adalah kebahagiaan tersendiri.
- Sebagai status intelektual seseorang⁶

Pengalaman pribadi yang dimiliki seseorang merupakan pendekatan yang paling penting dalam mengenali sesuatu. Buku adalah media konvensional yang hingga saat ini masih dipakai di berbagai belahan dunia untuk mendapatkan pengetahuan ataupun hiburan. Dibandingkan dengan *ebook* dimana orang tidak dapat merasakan fisik buku secara langsung dan *ebook* tidak mengekspos apa yang kita baca sehingga orang lain tidak tahu apa yang kita lakukan dengan *gadget* atau *ereader* kita, sedangkan faktor kebanggaan dianggap sebagai pribadi yang intelek ketika membawa dan membaca sebuah buku adalah faktor yang penting.

Panduan adalah salah satu bentuk lain dari buku. Panduan sendiri memiliki arti sebuah petunjuk untuk seseorang ketika melakukan sebuah kegiatan ataupun perjalanan. Dimana petunjuk tersebut dapat diolah dan diedit serta disebarluaskan nantinya dengan tujuan untuk berbagi pengalaman, baik itu manis maupun pahit, informatif maupun tidak, atau serius dan teoritis maupun jenaka.

Orang-orang lebih memilih cara yang menyenangkan untuk memperkenalkan sesuatu daripada harus melihat teks dalam buku tebal ataupun melihat foto-foto formal dari lokasi-lokasi pariwisata. Namun manusia lebih mudah tertarik, mengerti, dan memahami bila sesuatu diilustrasikan. Ilustrasi suatu kejadian atau tempat di Kota Surabaya dapat membuat wisatawan dengan mudah mengenali dan

6 Top Ten Reasons for Choosing a Print Book : 1000 people survey <http://the-digital-reader.com/2014/02/18/infographic-top-ten-reasons-choosing-paper-book-ebook/#.VE2DephSI7c>

merasakan apa yang akan dialaminya bila mengunjungi Kota Surabaya dengan berbagai macam lokasi pariwisata dan kebudayaannya. Maka perancangan buku ilustrasi panduan lokasi pariwisata di Kota Surabaya ini dibutuhkan sebagai literatur perjalanan yang diharapkan dapat meningkatkan sektor pariwisata di Kota Surabaya.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah-masalah yang bisa ditarik dari latar belakang:

Masalah non-desain:

1. Kurang aktifnya pemerintah untuk menarik minat wisatawan mancanegara.

Masalah Desain:

1. Wisatawan baik nusantara maupun mancanegara hanya mengetahui beberapa tempat pariwisata di Surabaya.
2. Media informasi cetak yang ada dan yang dimiliki Pemkot Surabaya tidak cukup untuk memenuhi keseluruhan kebutuhan wisatawan mancanegara.

1.3 Batasan Masalah

Dari masalah yang ada diperlukan batasan yang akan dikerjakan dan dicari solusinya, karena tidak mungkin untuk menyelesaikan permasalahan secara keseluruhan. Batasan tersebut adalah

- Perancangan ini membahas dan mengerjakan buku ilustrasi panduan lokasi pariwisata di Kota Surabaya dengan mengutamakan kekayaan etnik Kota Surabaya.
- Buku Ilustrasi panduan yang dihasilkan adalah lokasi pariwisata terpilih yang disarankan oleh *Surabaya Tourism Information Center (STIC)* di Kota Surabaya.
- Sumber data diperoleh berdasarkan data yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surabaya serta bekerja sama dengan PREPCOM3.
- Penelitian tidak meliputi identitas visual dari Kota Surabaya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, rumusan masalah dari perancangan ini adalah,

Bagaimana merancang sebuah buku panduan wisata agar wisatawan mancanegara mengenal sejarah dan kekayaan etnik Kota Surabaya?

1.5 Tujuan Penelitian

- Memudahkan wisatawan dalam mencari informasi mengenai lokasi pariwisata sejarah etnik di Kota Surabaya.
- Membangun sebuah sumber informasi sejarah perkembangan etnik dan pariwisata di Kota Surabaya yang terpadu dengan mengutamakan keragaman etnik dan budaya.

1.6 Manfaat Penelitian

- Menjadikan pariwisata di Kota Surabaya lebih dikenal secara merata sebagai tempat rekreasi hiburan, bisnis dan perdagangan dan terutama kekayaan etniknya.
- Menyediakan penggambaran Kota Surabaya dengan panel informatif berkenaan dengan pariwisata di Kota Surabaya, sehingga wisatawan dapat memperoleh gambaran mengenai seluruh pariwisata di Kota Surabaya secara lengkap dan menarik.
- Melalui media yang tepat dan efisien diharapkan meningkatna wisatawan di Kota Surabaya sehingga Kota Surabaya dapat menjadi anjungan wisata yang lebih baik sebagai sarana rekreasi dan dapat menunjang sektor pariwisata lokal Surabaya.

1.7 Ruang Lingkup

Perancangan buku ilustrasi panduan lokasi Pariwisata di Kota Surabaya meliputi:

- Konten buku ilustrasi melingkupi pariwisata di Kota Surabaya yang dianjurkan oleh *Surabaya Tourism Information Center (STIC)*. Digolongkan menjadi enam bab yaitu etnis Arab, etnis Cina, etnis Eropa, etnis Bumiputra, destinasi wisata yang tidak berhubungan dengan sejarah etnis, serta akses

dan transportasi di kota Surabaya.

- Pendataan konten pariwisata berdasarkan Pariwisata di Kota Surabaya yang aktif dan dijadikan sumber media terpilih yang berupa ilustrasi.
- Visual dari buku ilustrasi meliputi ilustrasi lanskap, cerita sejarah, tokoh, kultur, etnik, budaya, panel informatif pariwisata serta *QR Code* sebagai pemandu ke lokasi wisata.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I – PENDAHULUAN

Berisi latar belakang perlunya buku ilustrasi panduan lokasi pariwisata di Kota Surabaya, mengidentifikasi masalah desain dan non desain pada Kota Surabaya pada sektor pariwisata yang diambil dari *database* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, membatasi masalah pengerjaan ruang lingkup konten yang divisualisasikan, merumuskan masalah target yang ingin dicapai, tujuan perancangan, manfaat perancangan, ruang lingkup meliputi pengerjaan media serta konsep, dan sistematika penulisan.

BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Berisi hal-hal yang mencakup teori dasar ilustrasi, pariwisata kota dan metode desain yang berupa teori visualisasi melalui ilustrasi dan studi kompetitor/komparator.

BAB III – METODOLOGI PENELITIAN

Berisi cara memperoleh data mengenai pariwisata di Kota Surabaya dan kebutuhan pasar akan media informatif mengenai keseluruhan pariwisata di Kota Surabaya.

BAB IV – KONSEP DESAIN

Berisi definisi konsep perancangan media buku ilustrasi panduan lokasi pariwisata, penjelasan tahap pencapaian solusi informatif dan rekreatif bagi wisatawan, menghasilkan kriteria desain buku ilustrasi panduan pariwisata yang merupakan kesimpulan konsep.

BAB V – IMPLEMENTASI DESAIN

Visualisasi konsep desain buku ilustrasi panduan wisata berteme sejarah etnik kota Surabaya ke dalam media yang telah dipilih berdasar pada kesesuaian target audiens, serta tujuan yang ingin dicapai.

BAB VI – KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan berupa jawaban terhadap permasalahan yang ditemukan pada perancangan buku panduan wisata bertema sejarah etnik kota Surabaya, serta saran bagi proyek desain selanjutnya sebagai hasil pemikiran atas keterbatasan yang dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Subjek Desain

2.1.1 Sejarah Etnik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, sejarah merupakan suatu kejadian dan peristiwa yang benar-benar terjadi di masa lampau. Sedangkan kata etnik merupakan sesuatu yang bertalian dengan kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yang mempunyai arti atau kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, bahasa, dan sebagainya. Maka yang dimaksud dengan Sejarah Etnik dalam perancangan ini adalah suatu kejadian dan peristiwa yang benar-benar terjadi di masa lampau dan bertalian dengan kelompok sosial yang memiliki kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, bahasa, dan sebagainya. Dalam kasus perancangan ini Etnik memberatkan pada garis keturunan.

Etnik adalah seperangkat keadaan atau kondisi spesifik yang dimiliki oleh kelompok masyarakat tertentu atau kelompok etnik. Yang dimaksud dengan sekelompok etnik adalah sekumpulan orang atau individu yang mempunyai budaya dan sosial yang unik serta menurunkannya kepada generasi mereka yang berikutnya.

Yang perlu diketahui adalah Etnik itu sendiri berbeda dengan ras. Yang dimaksud dengan Ras adalah merupakan sistem pengelompokan atau pengklasifikasian manusia menurut karakteristik dari segi fisik, pigmentasi atau warna kulit, bentuk dari tubuh, bentuk pada wajah, bulu yang pada tubuh, dan bentuk dari kepala. Sedangkan, yang dimaksud dengan budaya adalah merupakan keyakinan dan perilaku yang diturunkan dan atau diajarkan manusia kepada generasi mereka berikutnya.

2.1.2 Kota Surabaya

Cerita Sejarah Kota Surabaya kental dengan nilai kepahlawanan. Sejak awal berdirinya, kota ini memiliki sejarah panjang yang terkait dengan nilai-nilai heroisme. Istilah Surabaya terdiri dari kata sura (berani) dan baya (bahaya), yang kemudian secara harfiah diartikan sebagai berani

menghadapi bahaya yang datang. Nilai kepahlawanan tersebut salah satunya mewujudkan dalam peristiwa pertempuran antara Raden Wijaya dan Pasukan Mongol pimpinan Kublai Khan di tahun 1293. Begitu bersejarahnya pertempuran tersebut hingga tanggalnya diabadikan menjadi tanggal berdirinya Kota Surabaya hingga saat ini, yaitu 31 Mei.

Heroisme masyarakat Surabaya paling tergambar dalam pertempuran 10 Nopember 1945. Arek-arek Suroboyo, sebutan untuk orang Surabaya, dengan berbekal bambu runcing berani melawan pasukan sekutu yang memiliki persenjataan canggih. Puluhan ribu warga meninggal membela tanah air. Peristiwa heroik ini kemudian diabadikan sebagai peringatan Hari Pahlawan. Sehingga membuat Surabaya dilabeli sebagai Kota Pahlawan.

Sejarah Surabaya juga berkaitan dengan aktivitas perdagangan. Secara geografis Surabaya memang diciptakan sebagai kota dagang dan pelabuhan. Surabaya merupakan pelabuhan gerbang utama Kerajaan Majapahit. Letaknya yang dipesisir utara Pulau Jawa membuatnya berkembang menjadi sebuah pelabuhan penting di zaman Majapahit pada abad ke - 14.

Berlanjut pada masa kolonial, letak geografisnya yang sangat strategis membuat pemerintah Kolonial Belanda pada abad ke - 19, memosisikannya sebagai pelabuhan utama yang berperan sebagai *collecting centers* dari rangkaian terakhir kegiatan pengumpulan hasil produksi perkebunan di ujung Timur Pulau Jawa, yang ada di daerah pedalaman untuk diekspor ke Eropa.

2.1.3 Keberagaman Etnis Surabaya

Kota Surabaya merupakan sebuah kota yang memiliki keberagaman etnis. Selama masa penjajahan terdapat 5 etnis yang berada di Surabaya yaitu Boemiputra, Tiongkok, Eropa, Arab, dan India. Mereka dipisahkan berdasarkan wilayah oleh peraturan *Wijkenstensel* oleh Belanda yang berisi setiap etnis harus tinggal di kampung etnisnya masing-masing dan peraturan *Passenstensel* yang menyatakan bahwa seseorang harus menunjukkan surat

jalan jika hendak keluar dari lingkungannya . Peraturan ini dibuat agar Belanda lebih mudah mengawasi gerak-gerik penduduk selama masa penjajahan di Surabaya. Ini yang akhirnya membuat daerah-daerah di Surabaya kaya akan keberagaman etnis.

A. Bumiputra

Bumiputra di Kota Surabaya mayoritas adalah orang Jawa lalu disusul oleh pendatang dari Madura, Bali, Lombok, dan lain-lain. Mendapatkan sebutan inlander dari belanda yang kurang lazim dan cenderung merendahkan. Wilayah hidup Bumiputra tersebar di seluruh penjuru Kota Surabaya namun yang dapat menjadi percontohan adalah Kampung Lawas Maspati dimana terdapat Sekolah “Ongko Loro” khusus Bumiputra pada masa penjajahan. Saat ini orang-orang Bumiputra telah merdeka dan seutuhnya menjadi masyarakat Indonesia yang dapat berkontribusi untuk negara.

B. India

Pada jaman penjajahan India disebut sebagai pendatang dari timur asing. Tidak banyak orang India yang menetap setelah berakhirnya perang dunia ke dua. Hanya sekitar 1000 penduduk keturunan timur asing yang menetap di Surabaya sampai pada akhir tahun 1940.

C. Arab

Kampung Arab ini diawali pada zaman Majapahit. Raja kala itu, Bhre Kertabumi, memberikan sebidang lahan di Ampel Denta kepada Sayyid Ali Rahmatullah sebagai rasa terima kasih atas bantuan Sayyid Ali mengatasi kemorosotan di Majapahit. Ampel Denta kemudian berkembang sebagai pusat ilmu agama Islam. Di luar itu, kawasan ini juga menjadi kawasan perdagangan yang diramaikan oleh (sebagian besar) pendatang dari Arab. Saat ini banyak sekali warga Surabaya keturunan Arab yang bermukim dan berpusat di daerah Makam Sunan Ampel dan menjadi salah satu keunikan dari Kota Surabaya dimana

daerah Ampel sangat kental dengan budaya Arab nya. Pasar Ampel adalah pasar tertua di Surabaya dengan jual beli yang sudah terjadi sejak 1420

D. Cina

Orang-orang Cina di kota Surabaya merupakan perantau yang sudah sangat lama tinggal di kota ini. Orang-orang Eropa yang paling awal datang di kota Surabaya sudah melihat orang-orang Cina di kota ini. Umumnya mereka datang dari Fukkian (Hokkian) dan dari Kwantung (Kanton). Profesi mereka sangat beragam, mulai dari pedagang, tukang kayu, tukang logam, pengelola penggilingan beras, pengelola tanah pertanian, bandar candu, dan lain-lain (Von Faber, 1931: 76-80). Pada awal abad ke-20, terjadi kenaikan penduduk Cina di kota Surabaya. Kenaikan tersebut dipengaruhi oleh faktor eksternal. Pada tahun 1920-an di daratan Cina terjadi kekacauan politik. Para pendukung Kuomintang ditangkapi oleh pemerintah Ch'iang Kai Sek. Akibatnya, ribuan pendukung Kuomintang melarikan diri ke luar negeri, dan sebagian dari mereka menuju ke kota Surabaya (Tan, 1979; Vasanty, 1997: 357). Krisis ekonomi tahun 1930 juga menjadi pemicu kenaikan penduduk golongan etnis Cina di Surabaya. Banyak orang Cina yang bekerja di perkebunan di Sumatera dan Kalimantan menjadi korban pemutusan kerja akibat krisis ekonomi. Sebagian dari mereka kemudian merantau ke kota-kota di Jawa, salah satunya ke kota Surabaya (Cator, 1936). Saat ini masyarakat Cina di Surabaya telah melebur menjadi masyarakat modern Indonesia dan sudah menjadi satu dengan kultur modern Kota Surabaya. Namun masih tertinggal jejak-jejak masa kejayaan Tionghoa yang dapat dilihat di Kembang Jepun.

E. Eropa

Pada tahun 1617, Jan Pieterzon Coen dari Belanda mendirikan Loji sebagai tanda bahwa pada titik tertentu Surabaya telah dikuasai Eropa, pada masa itu Surabaya masih dikuasai portugis tapi pada akhirnya

jumlah pedagang Portugis menurun karena kalah persaingan dengan Belanda. Akhirnya pada akhir abad-18 orang Eropa membangun pemukiman di Kalimas hingga ke kawasan Jembatan Merah dan setelah diberlakukan Undang-Undang Agraria (1870) dan pencabutan larangan migrasi dari Eropa ke Hindia-Belanda, jumlah penduduk Eropa semakin meningkat drastic dan mulai menduduki kawasan Darmo, Gubeng, Sawahan untuk dibangun real estate. Setelah Perang Dunia ke-dua berakhir pada tahun 1945, Indonesia berada pada masa “Bersiap” sebuah masa revolusi besar-besaran yang berhasil mendesak warga Eropa untuk meninggalkan Surabaya dan dievakuasi oleh pasukan sekutu. Saat ini peninggalan warga Eropa di Surabaya adalah gedung-gedung arsitektural ala eropa dan juga masih ada warga Surabaya yang langsung keturunan orang Belanda pada masa penjajahan dan membentuk sebuah komunitas bernama De Indo Club Surabaya.

Di atas merupakan macam awal mula atau asal muasal setiap etnis yang ada di Kota Surabaya. Dalam perencanaan ini tiap etnis akan mendapatkan perhatian khusus demi menciptakan sumber informasi yang akurat dan berimbang.

Disamping itu Kota Surabaya memiliki begitu banyak tujuan pariwisata, baik yang dikelola oleh pemerintahan ataupun pihak swasta dan masyarakat lokal yang secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan sejarah etnis di Kota Surabaya. Berikut adalah daftar pariwisata-pariwisata di Surabaya dibagi menurut etnis nya:

A. Etnis Arab

1. Wisata Religi Ampel
2. Sekolah Al-Irsyad
3. Hotel Kemadjoean
4. Rumah Sakit Al-Irsyad
5. Kampung Arab
6. Pasar Kambing (Sarkam)
7. Rumah Oesman Nabhan

8. Langgar Bafadhol
9. Lawang Agung
10. Pesarean Sentono

B. Etnis Cina

1. Masjid Cheng Ho
2. Kuil Hong Tiek Hian
3. Pasar Pabean
4. Pasar Kapasan
5. Pagoda Tian Ti
6. Tambak Bayan
7. Pecinan Surabaya
8. Vihara Kwan Im
9. House of Sampoerna
10. Citra Raya

C. Etnis Eropa

1. Simpangsche Club
2. Jembatan Merah
3. Mpu Tantular
4. Balai Kota Surabaya
5. Hotel Majapahit
6. Gereja Kepanjen
7. Gedung PTPN XI
8. Kampung Eropa
9. Makam Belanda

D. Bumiputra

1. Tugu Pahlawan
2. Rumah Hos Tjokroaminoto
3. Makam WR Soepratman
4. Monumen Gubernur Suryo

5. Sekolah Ongko Loro Maspati
6. Jalan Tunjungan
7. Museum of Surabaya
8. Museum 10 November
9. Surabaya Heritage Track
10. Sungai Kalimas

Adapun tokoh-tokoh yang berpengaruh pada sejarah Kota Surabaya yang memiliki cerita untuk menambah wawasan wisatawan mengenai sejarah kota Surabaya, yaitu

A. Tokoh Arab

1. Sayyid Ali Rahmatullah
2. Kaum Hadharim

B. Tokoh Cina

1. Laksamana Cheng Ho
2. Liem Seeng Tee
3. Ciputra Group

C. Tokoh Eropa

1. Godfried Hariowald Von Faber
2. A.W.S Mallaby

D. Tokoh Bumiputra

1. Raden Wijaya
2. HOS Tjokroaminoto
3. Bung Tomo
4. Gubernur Suryo
5. W.R. Soepratman
6. MT Haryono
7. Soekarno

Tokoh-tokoh tersebut merupakan sosok yang membawa perubahan dari segi politik, perkembangan, pengarsipan serta perkembangan sejarah yang membawa Surabaya berkembang seperti sekarang.

Surabaya juga memiliki sebuah program yang dimiliki oleh House of Sampoerna dan bekerja sama dengan pemerintah bernama Surabaya Shopping and Culinary Track atau disingkat dengan SSCT. SSCT sendiri merupakan sebuah program dimana wisatawan dapat berkeliling menggunakan bus khusus yang disediakan menuju ke beberapa tempat pariwisata di Surabaya yang telah ditentukan rutenya, yaitu:

1. Balai Pemuda
2. Balai Kota
3. Taman Prestasi
4. Tugu Pahlawan
5. Museum Kesehatan
6. Museum Bank Indonesian
7. Jembatan Merah Plaza

dengan membayar hanya sekitar Rp 7.500,- saja wisatawan dapat berkeliling Surabaya dengan fasilitas AC dan pemandu yang setia menemani, tapi belum termasuk tiket di tempat wisata yang dikunjungi.

2.1.4 Akses dan Transportasi Surabaya

Surabaya memiliki beberapa titik akses masuk baik dari darat, laut, maupun udara, berikut pintu akses menuju kota Surabaya:

1. Bandara Internasional Juana
2. Pelabuhan Tanjung Perak
3. Akses darat dari Barat (dari arah kota Gresik)
4. Akses darat dari Selatan (dari arah kota Sidoarjo)

Surabaya juga memiliki beberapa kendaraan umum yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana transportasi di Surabaya. Moda transportasi umum yang tersedia adalah bus, bemo, kereta, dan ojek *online*.

Berikut merupakan rute bemo di Surabaya

1. Lyn BM : Bratang – Perumnas Menanggal
2. Lyn C : Demak – Blauran – Karangmenjangan
3. Lyn D : Joyoboyo – Ps. Turi – Sidorame
4. Lyn DKM : Dukuh Kupang – Menanggal – Bungurasih
5. Lyn DKB : Dukuh Kupang – Benowo
6. Lyn DA : Darmo Permai – Pasar Atom
7. Lyn DP : Manukan – Lontar – Jembatan Merah
8. Lyn E : Karang Menjangan – Balongsari
9. Lyn F : Joyoboyo – Pegirian – Endroso
10. Lyn G : Joyoboyo – Lidah Kulon – Lakasantri
11. Lyn GL : RSAL – Joyoboyo – Pasar Loak
12. Lyn GS : Gunung Anyar – Sidorame
13. Lyn H1 : Pasar Wonokromo – Waru – Sepanjang
14. Lyn H2 : Pasar Wonokromo – Pagesangan – Menanggal
15. Lyn H4 : Pasar Wonokromo – Sedati
16. Lyn I : Kupang – Benowo
17. Lyn IM : Semut Indah – Manukan
18. Lyn J : Joyoboyo – Kalianak
19. Lyn JM : Joyoboyo – Menganti
20. Lyn JTK : Joyoboyo – UPN
21. Lyn JBM : Joyoboyo – Bratang – Medokan
22. Lyn JK : Joyoboyo – Kalijudan – Kenjeran
23. Lyn JMK : Jembatan Merah – Pogot – Kenjeran
24. Lyn K : Ujung Baru – Jembatan Merah
25. Lyn KIP1 : Petojo – Sidosermo – Kutisari
26. Lyn KIP2 : Petojo – UNTAG – Kutisari
27. Lyn LMJ : Jembatan Merah – Margomulyo – Manukan
28. Lyn M : Joyoboyo – Kayun – Jembatan Merah
29. Lyn MLK : Manukan – Loak – Kenjeran
30. Lyn N : Jembatan Merah – Menur – Bratang
31. Lyn O : Jembatan Merah – Universitas Hang Tuah – Keputih
32. Lyn P : Joyoboyo – Gebang Putih – Kenjeran

- 33. Lyn Q : Jembatan Merah – Bratang Pasar Kembang
- 34. Lyn RDK : Dukuh Kupang – Tambak Osowilangun
- 35. Lyn R2 : Jembatan Merah – Nambangan – Kenjeran
- 36. Lyn R1 : Jembatan Merah – Kapasan – Kenjeran

Berikut merupakan rute Bis Kota Surabaya

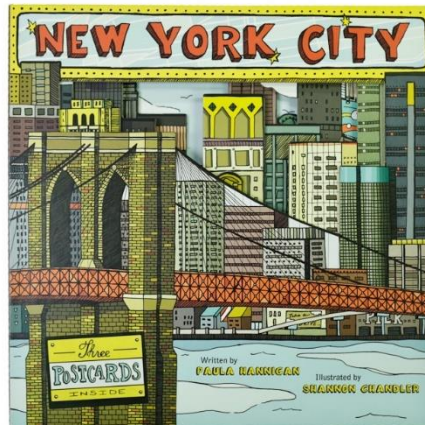
- 1. Purabaya – Tanjung Perak (Via Diponegoro)
- 2. Purabaya – Bratang
- 3. Purabaya – Jembatan Merah (Via Darmo)
- 4. Purabaya – Joyoboyo
- 5. Purabaya – Darmo Permai (Via Sepanjang)
- 6. Purabaya – Oso Wilangun PATAS (Via Darmo)
- 7. Purabaya – Oso Wilangun PATAS (Via Kupang)
- 8. Purabaya – Semut

2.2 Tinjauan Tentang Buku

2.2.1 Buku Panduan Wisata

Buku panduan wisata adalah sebuah buku yang berisi informasi tentang suatu tempat, didesain khusus untuk para pengunjung dan turis"⁷. Berisikan detail penuh yang berhubungan dengan akomodasi, restoran, transportasi, dan aktifitas. Peta dan beberapa detail serta sejarah dan informasi mengenai kultur dan budaya terkadang disertakan. Berbagai macam buku panduan wisata yang berbeda-beda beredar. Fokus pada aspek yang berbeda pada tiap wisata, dari wisata petualangan hingga relaksasi, atau menargetkan para wisatawan dengan penghasilan yang berbeda, atau fokus pada orientasi seksual.

7 New Oxford American Dictironary of word "Guide Book"



Gambar 2.1 Buku "New York City" sebagai buku panduan wisata kota New York yang menggunakan teknik ilustrasi.
Sumber: New York Library's website

Buku merupakan sarana yang efektif untuk mengedarkan gagasan. Lewat buku, seseorang diharapkan mampu memahami gagasan penulis secara lebih mendalam. Lewat buku pula penulis dapat menunjukkan dirinya secara hampir utuh dan terstruktur. Juga melalui buku, ilmu dikembangkan dan temuan – temuan baru di bidang apa saja dapat terus diperbaiki dan diperbaharui secara signifikan.

2.2.2 Sistematika Buku

Berikut ini adalah bagian-bagian buku dan fungsinya secara umum :

• Bagian depan

1. *Cover* depan, berisi judul buku, nama pengarang, nama atau logo penerbit, testimonial, elemen visual atau teks lainnya.
2. Judul bagian dalam.
3. Informasi penerbitan dan perijinan.
4. Kata pengantar dari pengarang.
5. Daftar isi.

• Bagian Isi

Isi buku terdiri dari bab-bab dan sub-bab, tiap bab membicarakan topik yang berbeda sesuai dengan judul babnya.

- **Bagian Belakang**

1. Daftar Pustaka
2. Daftar Istilah
3. Biografi Penulis
4. Cover belakang, berisi sinopsis atau gambaran singkat yang menjelaskan isi buku tersebut, atau bisa juga berupa elemen visual atau teks lainnya. Cover belakang biasanya elemen visualnya sama dengan cover depan.

2.3. Tinjauan Elemen Visual

2.3.1 Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata Latin *'illustre'* yang artinya menerangkan. Ilustrasi dapat berupa gambar, simbol, relief, atau musik yang bertujuan untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu. Menurut Simmon Jennings dalam bukunya yang berjudul *"The Complete Guide to Advanced Illustration and Design"*, ilustrasi memiliki tiga fungsi, yaitu ilustrasi sebagai informasi, ilustrasi sebagai dekorasi, dan ilustrasi sebagai komentar. Salah satu fungsi utama dari ilustrasi atau desain grafis adalah untuk meyakinkan audiens, pembaca, pengguna untuk melakukan sesuatu atau untuk mengubah kebiasaan mereka pada beberapa kasus.⁸

Dalam studi sejarah dan kebudayaan, meskipun sudah berkembangnya dunia fotografi, ilustrasi masih memegang peran yang penting karena ilustrasi mampu mengekspos lebih dalam serta merekonstruksi ulang sebuah peristiwa sejarah dan juga mampu mendramatisasi pesan.⁹ Keefektifan ilustrasi dalam penyampaian suatu pesan terhadap pembaca harus memenuhi berbagai kriteria sebagai berikut:

- Mempunyai daya tarik
- Jelas
- Sederhana
- Mudah dimengerti

⁸ Wigan, Mark, *Basic Illustration ; Text & Image*, Ava Publishing, 2008 halaman 70

⁹ *Illustration a Theoretical and Contextual Perspective*, Alan Male, hlm.98, Ava Publishing, 2007

- Representatif (Mewakili isi cerita yang terkandung di dalam gambar)

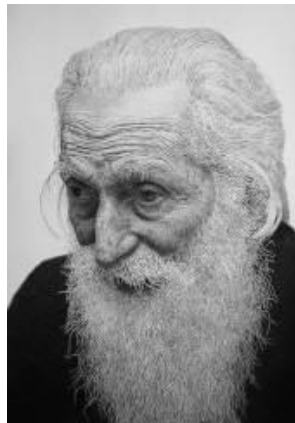
2.3.2 Gaya Gambar

Gaya gambar adalah elemen utama dalam visualisasi buku bergambar. Gaya gambar menjadi daya tarik tersendiri dan menciptakan diferensiasi bagi pembaca. Gaya gambar juga mampu memperkuat karakteristik dari obyek yang digambar. Gaya gambar juga mempengaruhi kesan dalam sebuah ilustrasi.

Berikut adalah beberapa gaya gambar yang sering digunakan untuk buku ilustratif:

a. Realisme

Merupakan gaya gambar yang mengutamakan kesesuaian dengan keadaan obyek sesungguhnya. Tingkat estetis dari gambar bergaya realis terletak pada tingkat kemiripan gambar dengan obyek yang digambar dan proporsional dengan bentuk aslinya. Gambar realisme sedikit digunakan dalam memproduksi media visual untuk anak-anak karena tingkat kesulitannya yang cukup tinggi, dan detail gambar yang terlalu rumit untuk anak-anak. Gambar realism lebih cocok digunakan untuk ilustrasi sebuah ensiklopedia karena memiliki tingkat kedetailan yang tinggi.



Gambar 2.2 Gaya gambar realism
Sumber: Basic Illustration; Text & Image

b. Semirealisme

Gambar semirealis adalah penyederhanaan dari gambar realis, di mana detail-detail gambar sedikit mengalami penyederhanaan bentuk.

Merupakan gabungan antara gambar realis dan kartun, dimana obyek yang digambar masih proporsional dengan bentuk aslinya. Gaya gambar ini cenderung ringan dan lebih bebas dalam penerapannya. Biasanya ilustrasi dengan gambar semirealisme digunakan pada buku – buku novel atau buku – buku pengetahuan ringan.



Gambar 2 3 Gaya Gambar semi – realis
Sumber: Basic Illustration; Text & Image

2.3.3 Teori Pencahayaan

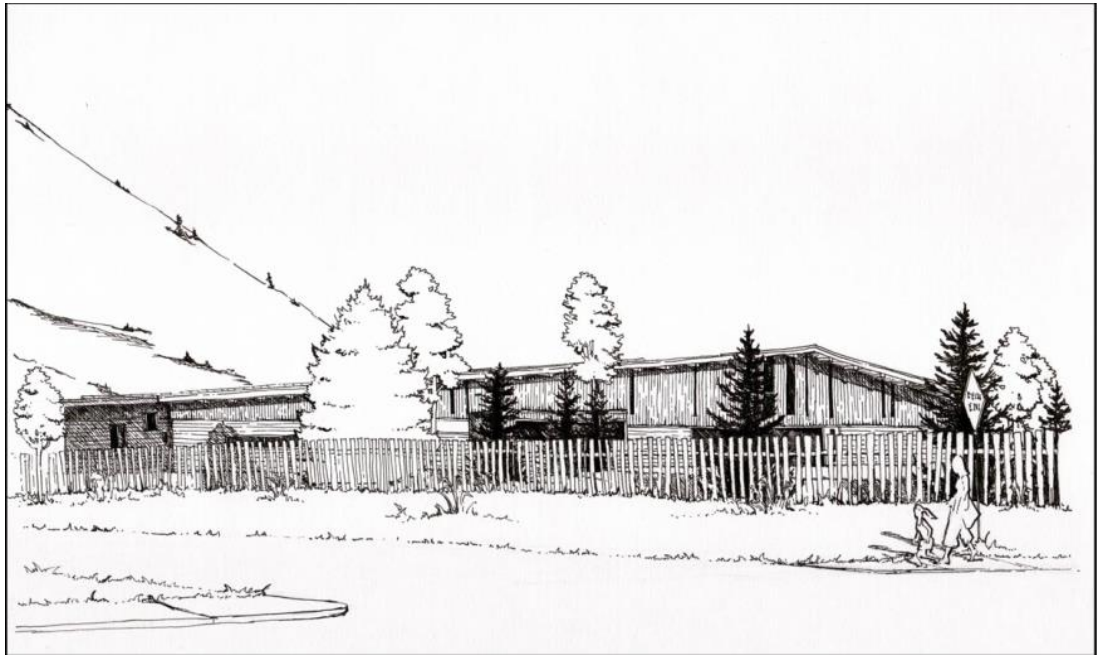
Teknik pencahayaan pada ilustrasi yang akan dipakai mengacu pada teknik pencahayaan gaya Rembrant. Teknik ini digunakan untuk menonjolkan karakter yang kuat pada wajah sehingga wajah tidak kehilangan detailnya dan terlihat polos. Dalam fotografi teknik ini juga sering digunakan dalam pengambilan *beauty shot*. *Beauty shot* merupakan teknik fotografi yang digabungkan untuk menonjolkan kesan cantik saat pemotretan, biasanya diterapkan untuk foto model *close-up*.



Gambar 2 4 Lukisan Rembrandt Bertajuk Jacob de Gheyn III
Sumber: Basic Illustration; Text & Image

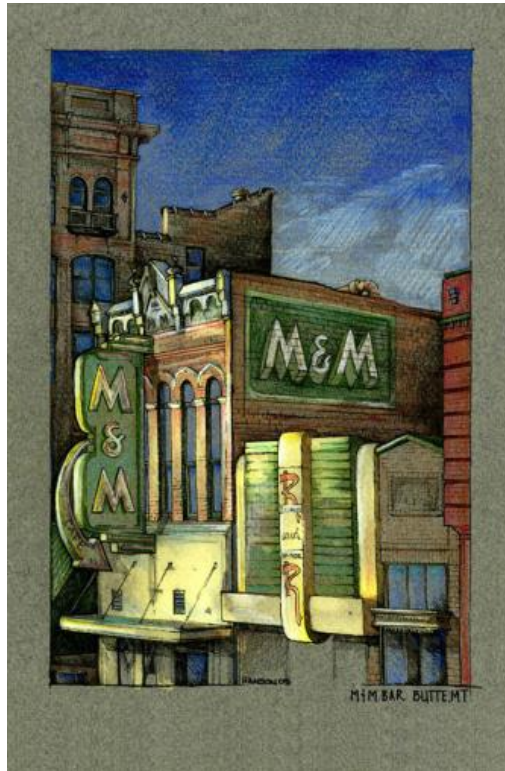
2.3.4 Ilustrasi Lanskap

Ilustrasi yang cocok menjadi acuan pada buku panduan wisata adalah ilustrasi arsitektural yang lebih mengutamakan objek benda mati seperti gedung-gedung dan bangunan eskterior lainnya. Dalam hal ini ada beberapa contoh ilustrasi yang dijadikan acuan dalam menghasilkan desain, yaitu



Gambar 2 5 Ilustrasi Lanskap Hanson dengan tinta dan pena
Sumber: Hanson Illustration's Website

Gambar di atas merupakan gaya gambar dan komposisi yang akan dijadikan acuan dalam Perancangan Panduan Wisata Bertema Sejarah Etnik Kota Surabaya dengan layout yang sedemikian rupa dan ruang kosong yang luas agar dapat diisi informasi berbentuk tekstual.



Gambar 2 6 Ilustrasi gedung kafe Berwarna Hanson
Sumber: Hanson Illustration's Website

Hanson Illustration merupakan sebuah studio dengan beranggotakan Kathleen Hanson dan Meghan Hanson yang berbasis di Idaho, Amerika. Mereka memiliki karakter dalam menggambar arsitektural yaitu semi-realis. Mirip dengan yang asli namun diberi sentuhan dramatisasi.

2.3.5 Teori Warna

Untuk memberikan pembaca sebuah *feeling* mengenai warna, buku *Color Psychology and Color Therapy* menyatakan ada beberapa catatan penting untuk diketahui. Yang paling utama spektrum warna selalu diasosiasikan dengan dengan dua *mood*/suasana hati yaitu *warm*/hangat, aktif, dan *cool*/dingin, pasif. Warna yang cerah diasosiasikan dengan warna yang aktif, sedangkan warna yang gelap diasosiasikan dengan warna yang pasif.

Pada beberapa kasus, terkadang warna memiliki sifat yang berbeda tergantung kepercayaan pada sebuah geografis yang berbeda. Warna –

warna ini biasanya berkaitan dengan sebuah tradisi / adat dan kepercayaan setempat¹⁰. Sebagai contoh warna hijau menjadi warna yang sakral bagi masyarakat yang tinggal di sekitar pantai selatan karena warna ini dipercaya identik dengan keberadaan Nyi Roro Kidul.

Dari sekian banyak warna, dapat dibagi dalam beberapa bagian yang sering dinamakan dengan sistem warna *Prang System* yang ditemukan oleh Louis Prang pada 1876 atau disebut juga sebagai atribut warna meliputi:

1. *Hue*, adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dsb.
2. *Value*, adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Contohnya adalah tingkatan warna dari putih hingga hitam.
3. *Saturation/Intensity*, seringkali disebut dengan chroma, adalah dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya warna.



Gambar 2 7 Color Wheel
Sumber: Grid Looks Periment

2.3.6 Karakteristik Warna

Buku *Color Harmony 2* mengkategorikan warna berdasarkan sifat-sifatnya seperti warna merah untuk panas dan biru untuk dingin. Karakteristik warna dapat dibedakan menjadi delapan kategori. Diantaranya adalah warna panas,

¹⁰ The Fundamental of Creative Design, Fairchild Books AVA; Second Edition edition (2011:155)

warna hangat, warna dingin, warna sejuk, warna cerah, dan warna pucat. Dalam perancangan ini akan digunakan warna – warna dingin, sejuk, dan cerah.

a. Dingin

Warna dingin merupakan warna yang mengacu pada warna biru. Warna dingin mengingatkan pada es dan salju. Yang termasuk warnadingin adalah warna biru, hijau, dan biru kehijauan. Warna dingin memberikan perasaan tenang dan damai.

b. Sejuk

Warna sejuk merupakan warna yang mengacu pada warna biru. Penambahan warna kuning dalam komposisi warna sejuk mendasari perbedaan antara karakteristik dingin dan sejuk. Yang termasuk warna sejuk adalah kuning kehijauan, biru kehijauan. Warna sejuk bersifat ringan, tenang,nyaman, dan santai.

c. Cerah

Warna cerah adalah semua warna terang yang murni. Warna cerah tidak mengandung abu - abu dan hitam. Yang termasuk warna cerah adalah warna kuning, oranye, dan jingga. Warna cerah melambangkan kekuatan, keaktifan, semangat, kegembiraan dan mampu menarik perhatian.

Warna tetradik adalah warna yang didapatkan dari harmonisasi penggabungan empat warna dari *color wheel* yang dapat dipilih dengan menentukan sudut perbandingan dalam roda warna tersebut.



Gambar 2 8 Tetradic Color Engine untuk mencari warna harmonis dengan teori empat warna.
Sumber: Tetradic Adobe Kuler



Gambar 2 9 Standard Mood Color.
Sumber: Tetradic Adobe Kuler

Standard Mood Color adalah warna yang akan sering digunakan untuk menampilkan suasana keseharian Kota Surabaya dengan dominan warna hijau dimana Surabaya identik dengan warna hijau.



Gambar 2 10 Warna jenaka atau candaan menyenangkan.
Sumber: Tetradic Adobe Kuler

Warna di atas merupakan warna yang akan diaplikasikan pada kondisi yang menggembirakan atau ingin memunculkan kesan ceria. Dimana terdiri dari warna warna yang cerah.



Gambar 2 11 Warna senja.
Sumber: Tetradic Adobe Kuler

Warna senja akan digunakan pada saat kondisi Kota Surabaya berada pada sore hari menuju malam. Empat warna cerah senja dan pantai dengan satu warna diferensiasi gelap untuk menimbulkan rasa santai pada sore hari.



Gambar 2 12 Warna malam metropolitan.
Sumber: Tetradic Adobe Kuler

Warna yang digunakan untuk menunjukkan sisi Kota Surabaya di kala malam hari dengan gemerlapnya gedung-gedung perkotaan di pusat Kota. Kesan yang ingin ditimbulkan adalah ramah dan gemerlapnya Kota Surabaya.

2.3.7 Tipografi

Huruf merupakan bentuk visual yang dipresentasikan dalam bentuk tulisan yang dapat digunakan sebagai wakil dari bahasa verbal dengan bentuk visual langsung (A, B, dan C). Pada buku Tipografi yang ditulis oleh Danton Sihombing (2001:13), tipografi merupakan salah satu pengetahuan disiplin seni mengenai huruf. Huruf merupakan bagian terkecil dari struksur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun kata atau kalimat. Rangkaian huruf atau kalimat tidak hanya memberikan suatu makna yang mengacu pada sebuah objek maupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual.

Pada dasarnya huruf memiliki energi yang dapat mengaktifkan gerak

mata. Energi ini dapat dimanfaatkan secara positif apabila dalam penggunaannya senantiasa diperhatikan kaidah-kaidah estetika, kenyamanan keterbacaannya, serta interaksi huruf terhadap ruang dan elemen-elemen visual sekitarnya. Susunan dari huruf-huruf disebut juga teks, teks yang menjelaskan informasi pada suatu desain komunikasi visual terdiri dari *headline*, *subheadline*, *body copy*, *signature*, *caption*, *callout* dan *closing word*.

1. *Headline* (Judul)

Kepala tulisan, merupakan pesan verbal yang paling ditonjolkan dan diharapkan dibaca pertama kali oleh target audiens. Posisinya bisa di mana saja, tidak selalu di bagian atas meskipun namanya *head* (kepala), Supriyono (2010:131). Bunyi *headline* biasanya menggelitik atau menarik sehingga menarik perhatian orang untuk membacanya. Tapi itu juga tergantung dengan tema desain yang diangkat, apakah formal atau non-formal.

2. *Subheadline* (Subjudul)

Subheadline atau sub judul merupakan penjelas *headline*. Letaknya bisa di bawah maupun di atas *headline* (disebut juga *overline*). Biasanya mencerminkan materi dalam teks. Tidak semua desain mengandung *subheadline*, tergantung konsep kreatif yang digunakan. Di bagian lain, subjudul juga disebut sebagai kalimat peralihan yang mengarahkan pembaca dari judul ke naskah/ *body copy*. Pujiriyanto (2005: 38).

3. *Body Copy* (Naskah)

Menurut Supriyono (2010: 132), *body copy* diartikan sebagai pengurai informasi suatu produk secara detail sehingga memprovokasi pembaca membeli produk yang diiklankan. Panjang pendeknya *body copy* tergantung kebutuhan ruang (ukuran) iklan.

4. *Signature* (Identitas)

Signature (identitas) adalah salah satu unsur yang memberi bobot

dalam sebuah desain. Selain memuat ciri khas *brand* tertentu, *signature* juga menjadi penarik perhatian audiens, terutama yang mencari prestis lewat merek tersebut. *Signature* dapat berupa logo/*brand name*, jenis perusahaan, atau “*splash*”, yaitu informasi singkat yang umumnya menyuruh audiens untuk “*action*”.

5. *Caption*

Caption merupakan keterangan yang menyertai elemen visual. Biasanya dicetak dalam ukuran kecil dan dibedakan gaya atau jenis hurufnya dengan *body text* atau elemen teks lain, Rustan (2008: 40).

6. *Callout*

Callout adalah bentuk *caption* yang menyertai suatu elemen visual yang memiliki lebih dari satu keterangan, misalnya pada diagram. *Callout* biasanya memiliki garis-garis yang menghubungkannya dengan bagian-bagian dari elemen visualnya. *Balloon* adalah salah satu bentuk *callout*, Rustan (2008: 42).

7. *Closing Word* (Penutup)

Closing word atau kalimat penutup adalah kalimat yang pendek, jelas, singkat, jujur dan jernih yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk membuat keputusan apakah ingin membeli produk yang ditawarkan atau tidak, Pujiriyanto (2005: 41). *Closing word* juga dapat berupa alamat, info penjualan, dll.

2.3.8 Type Size

Ukuran huruf adalah ukuran vertikal dari huruf yang termasuk jarak antar huruf bagian atas dan bawah. Sebuah huruf biasanya akan terlihat lebih besar atau lebih kecil ketika dicetak. Untuk itu, normalnya besar huruf untuk dibaca (*body text*) biasanya adalah 8 pt hingga 14 pt. Penggunaan tipe ukuran yang beragam dalam sebuah teks yang sama mampu menimbulkan hirarki akan pentingnya ukuran dalam mempengaruhi pembaca akan bagian

mana yang harus dibaca terlebih dahulu.¹¹

2.3.9 Type Personality

Menurut Sanders dan MacCormick (1993) *font* dibagi menjadi 4 kategori berdasarkan *personality* yang dimilikinya¹², yakni Serif, San-serif, Script, dan Blackletter. Jenis type personality yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

1. Roman (Serif)

Riset menunjukkan bahwa isi buku (*body text*) lebih mudah dibaca dengan penggunaan huruf *Serif*. Huruf Serif yang jelas mampu mempermudah mata untuk membedakan antar kata dan juga menuntun mata ketika membaca.¹³

2. *San-Serif*

Huruf *San-Serif* cocok digunakan dalam desain yang *clean* dan *simple* seperti pada *headlines*, *caption*, atau semua bagian pada teks yang bukan isi. Huruf jenis ini tidak memiliki sisi dekoratif sehingga pembaca dituntut untuk langsung membacanya secara langsung dan cepat. Penggunaan huruf ini kurang dianjurkan pada bacaan yang panjang¹⁴.

3. *Blackletter*

Blackletter; huruf ornamental yang digunakan pada initial caps dan pada penulisan sertifikat. *Style* ini ditemukan pada abad pertengahan, digunakan pada penulisan kitab yang menagungkan keindahan.¹⁵

¹¹ The Fundamental of Creative Design, Fairchild Books AVA; Second Edition edition (2011:58)

¹² The Fundamental of Creative Design, Fairchild Books AVA; Second Edition edition (2011:96)

¹³ Goudy Modern, F.W. Goudy, 1918

¹⁴ Helvetica, Max Miedlinger, 1959

¹⁵ Fraktur, The Fundamental of Creative Design, Fairchild Books AVA; Second Edition edition (2011:97)



Gambar 2 13 penggunaan font Serif pada buku The Monocle Travel
Sumber: The Monocle Travel Guide

2.3.10 Layout

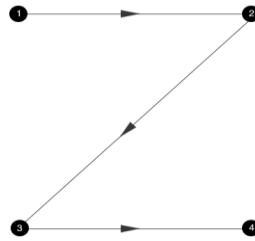
Pola tata letak (*layout*) berfungsi untuk menentukan dan mengarahkan pembaca pada sebuah informasi. Prinsip *layout* antara lain urutan, penekanan, keseimbangan, kesatuan, dan konsistensi. Urutan menunjuk pada aliran membaca. Penekanan menunjuk pada objek-objek penting dalam urutan pembacaan. Keseimbangan menunjuk pada pembagian berat ruang, termasuk ruang isi dan kosong (ruang sela). Kesatuan menunjuk pada usaha menciptakan kesatuan objek, termasuk ruang secara keseluruhan. Konsistensi menunjuk pada kontrol estetik tampilan keseluruhan. Konsistensi kian terasa pada penerbitan berkala. Konsistensi selain sebagai kontrol estetik terutama berguna bagi koordinasi keseluruhan material yang di-*layout*¹⁶.

Guttenberg membagi *layout* menjadi 4 pola, yaitu :

Pola *Layout* Z

Pola *layout* Z mengarahkan pembaca untuk mengikuti bentuk huruf z. Pola *layout* ini sangat sederhana, penulis akan mengarahkan informasi dari ujung kiri atas ke kanan atas lalu diagonal ke kiri bawah kemudian ke kanan bawah seperti titik patah huruf Z.

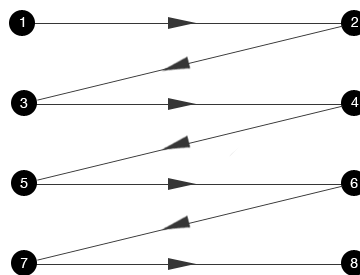
¹⁶ Widatmoko Koskow, <http://dgi-indonesia.com/layout/>



Gambar 2 14 Pola Lay-out Z
Sumber: Vanseo Design

Pola Layout Zigzag

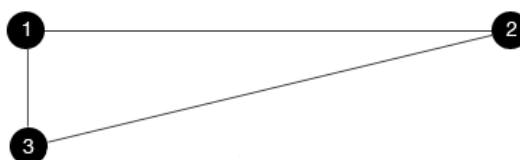
Pola layout ini merupakan perbanyakan atau perulangan dari pola Z sehingga terbentuk pola *zigzag*, pola ini terkesan membingungkan pembaca karena mengarahkan informasi buku secara berulang, ke kiri lalu ke kanan kembali lagi kekiri bawah lalu ke kanan bawah dan seterusnya.



Gambar 2 15 Pola lay-out zig-zag
Sumber: Vanseo Design

Pola Layout Golden Triangle

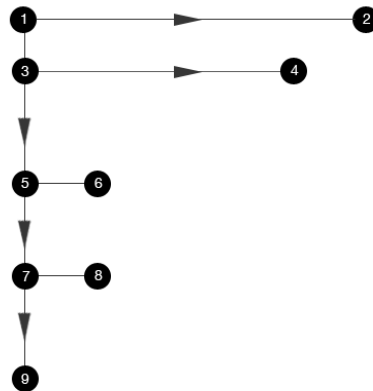
Pola *golden triangle* adalah pola yang mengarahkan pembaca pada titik-titik informasi yang nantinya membentuk segitiga. Dimana ujung terlancipnya merupakan informasi terpenting.



Gambar 2 16 Pola lay-out golden triangle
Sumber: Vanseo Design

Pola Layout F

Pola *layout* F merupakan pola yang mengikuti bentuk huruf F. Pada pola ini informasi penting ditempatkan di bagian atas dimana titik yang pertamakali dibaca audiens. Penempatan informasi terpenting ditata hingga terbentuk huruf F.



Gambar 2 17 Pola lay-out F.
Sumber: Vanseo Design

Untuk pola lay-out pada perancangan kali ini menggunakan pola lay-out Z, karena pola ini memudahkan pembaca dalam memahami konten buku. Lay-out ini juga dirasa lebih mudah saat dibaca.



Gambar 2 18 Referensi layout Z dengan Hirarki Grid
Sumber: Layout Behance Gallery

2.3.11 Grid

Grid memberikan suatu struktur dan mengatur tatanan desain yang akan disusun dalam sebuah *layout*. *Grid* membantu menyusun proporsi dalam

sebuah halaman secara horizontal, maupun vertikal. Kegunaan *grid* yang lain yakni mampu menjaga konsistensi visual dan membuat proses desain lebih mudah dan cepat. Penggunaan *grid* menjadi berbeda tergantung dari konten dan informasi yang ingin disampaikan.¹⁷

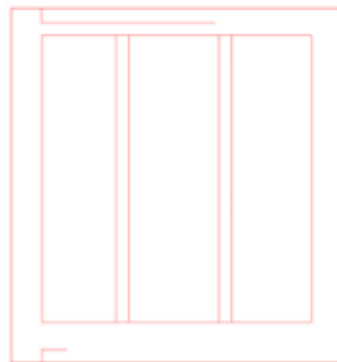
Menurut Josef Muller, *grid* juga memiliki beberapa fungsi.¹⁸ Di antaranya:

1. Menggabungkan antara visual dan teks secara sistematis.
2. Menyusun komponen visual dan teks dalam susunan yang memiliki ritme tersendiri
3. Menyatukan komponen visual sehingga dapat dibaca dengan mudah dan terstruktur namun tetap memiliki tekanan pada setiap informasi yang dikandungnya.

Ada beberapa struktur dasar dari *grid* yakni *single-column grid*, *two-column grid*, *multicolumn grid*, *modular grid*, dan *hierarchical grid*¹⁹.

1. *Multicolumn Grid*

Menyediakan fleksibilitas yang lebih besar daripada *single* atau *two-column grid*. *Multiple column* menggunakan lebar kolom yang bervariasi dan sangat berguna ketika diterapkan dalam majalah dan *websites*.



Gambar 2 19 Column grid
Sumber: Making and Breaking The Grid

2. *Hierarchical Grid*

¹⁷ The Fundamental of Creative Design, Fairchild Books AVA; Second Edition edition (September 1, 2011)

¹⁸ Josef Muller – Brockman, The Fundamental of Creative Design, 2011

¹⁹ Layout Essentials, 100 Designs Principles for Using Grid, Beth Tondreau, Rockport Publisher, 2009

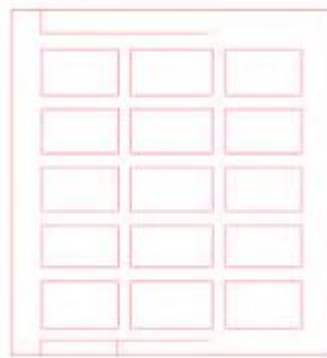
Memecah halaman ke dalam zona – zona dengan hirarki yang berbeda – beda tergantung dari penekanan pada konten. *Grid* dibentuk dari kolom – kolom yang tersusun secara horizontal.



Gambar 2 20 Hieararchial Grid
Sumber: Making and Breaking The Grid

3. *Modular Grid*

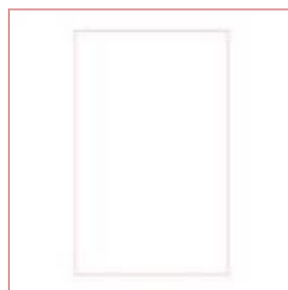
Baik digunakan untuk mengontrol informasi yang kompleks seperti pada Koran, kalender, dan *table*. *Modular Grid* menggabungkan kolom vertikal dan horizontal dimana penyusunannya dibagi dengan ruang yang kecil.



Gambar 2 21 Contoh Modular Grid
Sumber: Making and Breaking The Grid

4. *Single Column Grid*

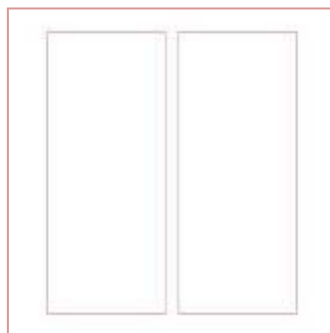
Umumnya digunakan untuk teks yang berjalan terus-menerus, seperti esai, laporan, atau buku. Fitur utama di halaman atau penyebaran adalah blok teks.



Gambar 2 22 Single Column Grid
Sumber: Making and Breaking The Grid

5. Two Column Grid

Dapat digunakan untuk mengontrol banyak teks atau untuk menyajikan berbagai jenis informasi dalam kolom terpisah. Sebuah grid kolom ganda dapat diatur dengan kolom lebar yang sama atau unequal. Dalam proporsi yang ideal, ketika salah satu kolom lebih lebar dari yang lain, kolom yang lebih luas dua kali lipat lebar kolom yang sempit.



Gambar 2 23 Two Column Grid
Sumber: Making and Breaking The Grid

2.3.12 QR Code

QR Code singkatan dari *Quick Response Code* yang berarti kode respon cepat merupakan evolusi kode satu dimensi menjadi dua dimensi yang dikembangkan oleh perusahaan jepang, Denso Corporation pada tahun 1994 yang memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi dengan cepat. Pada awalnya digunakan untuk pelacakan kendaraan bagian manufaktur namun kini memiliki banyak fungsi dan sangat populer. Kode QR berfungsi

menyimpan informasi berupa tautan, teks, nomor telepon dan menjadikannya kode dua dimensi sehingga bisa diakses oleh siapa saja ketika dipindai. Teknologi ini digunakan pada perancangan untuk memudahkan wisatawan dalam memperoleh informasi keberadaan dan informasi tambahan lain.



Gambar 2.24 contoh QR Code.
Sumber: Wirasakti, 2017

2.3.13 Studi Ergonomi

Studi Ergonomi merupakan studi yang bertujuan untuk menemukan kenyamanan pada obyek desain yang sesuai dengan tujuan dan maksud tertentu. Pada perihal buku panduan wisata terdapat dua hal yang menyangkut ergodesain, yakni,

a. Buku

Buku merupakan jendela dunia, dimana sejak lama buku membantu manusia untuk mendapatkan informasi dan menggali ilmu sebanyak mungkin. Penyebaran buku telah luas ke seluruh dunia, baik itu buku pelajaran, ensiklopedia, sains, maupun buku-buku motivasional dan humor. Berikut beberapa cara membuat buku yang baik dan benar

1. Mendapatkan ide

Dimana ide atau gagasan adalah inti dari memulai sebuah buku yang nantinya akan dieksekusi

2. Menuliskan ide-ide

Lebih tepatnya merinci setiap konten dan isi dari buku tersebut nantinya. Siapakah target pasarnya? Berapa banyak konten buku dan apakah jenis buku tersebut?

3. Penentuan alur

Menentukan alur sangatlah penting dimana alur dapat membawa

pembaca untuk masuk ke dunia yang disampaikan dalam buku.

4. Membatasi isi konten

Pembatasan ini bertujuan untuk menjaga isi dari buku tersebut tetap seimbang tanpa memberatkan salah satu objek yang dibahas.

5. Mengecek kembali

Pengecekan setelah penentuan alur dan konten serta isi dari cerita dalam buku sangatlah penting agar isinya relevan dan dapat dimengerti pembaca.

6. Menemukan agen

Menemukan *publisher* yang memiliki visi dan misi yang sama dengan buku menentukan kesuksesan buku dalam pasar.

7. Menentukan judul buku dan kover

Judul buku yang menarik tentu dapat membuat masyarakat penasaran dengan isinya. Serta kover buku dimana merupakan wajah dari buku juga memberikan kesan pertama terhadap audiens.

8. Menentukan Visual

Dalam buku visual usahakan mengilustrasikan sesuatu yang dianggap sukar untuk digambar sehingga ada faktor ketertarikan atas kemampuan mengilustrasikan pembuat buku.

Dimensi dan ukuran buku bermacam-macam digolongkan berdasarkan fungsi dari konten buku tersebut, yaitu:

1. Buku Novel memiliki standar ukuran 13 x 19 cm.
2. Buku Komik (manga jepang) memiliki standar ukuran 11,5 x 17 cm.
3. Buku Ensiklopedia memiliki standar ukuran 19 x 25,5 cm hingga berukuran 21,5 x 29 cm dan dapat berukuran lebih besar karena kontennya yang begitu banyak dan tidak untuk dibawa-bawa.
4. Buku Saku memiliki standar ukuran 8 x 10 cm, 10 x 14 cm, dan 13 x 19cm karena tujuannya yang dapat dimasukkan ke kantong atau tas kecil.

b. Tas

Tas merupakan suatu wadah atau tempat yang digunakan untuk meletakkan barang agar bisa dibawa kemanapun kita pergi. Jenis-jenis tas adalah sebagai berikut:

1. Tas Duffel, merupakan tas berpergian yang memiliki satu kompartemen besar ditengahnya yang dilengkapi dengan *strap* bahu sehingga dapat diselempangkan dan juga *strap* jinjing. Pilihan utama alternatif koper selama berpergian jauh. Tas ini berdimensi (panjang) 42cm x (tinggi) 30cm x (lebar) 28cm yang berukuran sedang.
2. Tas Ransel, merupakan tas yang paling sering digunakan dalam berbagai macam kegiatan karena desainnya yang fleksibel. Memiliki minimal dua kompartemen dan memiliki tambahan lain sesuai kebutuhan, misal tas ransel kerja harus memiliki kompartemen khusus laptop dan tas ransel berpergian memiliki kompartemen utama yang lebih besar untuk memuat banyak barang, begitu juga dengan tas ransel gunung yang ukuran kompartemennya besar dan dapat dipanjangkan ke atas sesuai dengan kebutuhan. Dimensi dari tas ransel medium adalah (panjang) 26cm x (tinggi) 44cm x (lebar) 16cm.
3. Tas Selempang atau biasa disebut dengan *Sling Bag*, tas berukuran kecil dengan *strap* bahu untuk digantungkan atau disilangkan di badan. Membuat pengguna lebih mudah dalam mengambil barang dari tas ini. Tas kecil ini cocok untuk dipakai berpergian dan tidak membawa barang-barang yang besar. Dimensi tas selempang standar adalah (panjang) 28cm x (tinggi) 18 x (lebar) 3cm.
4. *Tote Bag*, tas tangan yang ukurannya cukup besar, ciri khas dari tas ini adalah hanya memiliki satu kompartemen yang besar dan tidak ditutup. Desain *tote bag* yang memiliki tutup hanya ada dua opsi yaitu tutup dengan Velcro dan Zipper. Dimensi dari tas ini

adalah (panjang) 40cm x (lebar) 30cm.

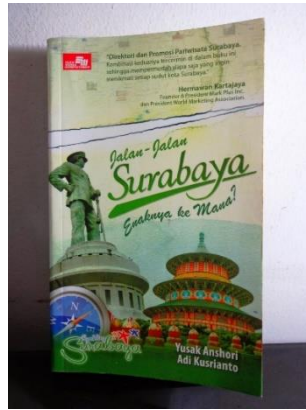
5. *Hand Bag* atau tas tangan berukuran lebih kecil dibandingkan dengan *tote bag*. Kompartemen pada tas tangan juga ditutup ataupun disegel. Digunakan oleh wanita pada acara-acara tertentu dan berpergian karena ukurannya yang kecil dan hanya dapat dibawa dengan menggenggam secara utuh atau menjinjingnya dengan *strap* kecil pada tas ini. Dimensi dari tas tangan adalah (panjang) 19cm x (lebar) 7cm x (tinggi) 17cm.
6. *Clutch bag* atau tas genggam yang dari namanya berarti tas ini harus dibawa dengan menggenggam karena tidak memiliki tali sama sekali. Memiliki julukan lain dompet panjang wanita dengan satu kompartemen utama dan berbahan elegan untuk dibawa ke acara-acara pesta. Dimensi dari tas ini adalah (panjang) 18cm x (tinggi) 12cm x (lebar) 4cm.

Dari studi ergonomi yang dilampirkan di atas maka yang mendukung buku panduan wisata adalah ukuran buku yang dapat dimasukkan ke dalam tas berpergian yakni tas duffel, tas ransel, dan terutama tas selempang dan paling maksimal memiliki dimensi (panjang) 28cm x (tinggi) 18cm x (lebar) 3cm. Maka buku panduan wisata yang memiliki informasi pariwisata beserta rutenya harus lebih kecil dibandingkan dimensi standar tas selempang.

2.4 Studi Eksisting

2.4.1 Studi Kompetitor

1. Jalan-Jalan Surabaya: Enaknya ke Mana ?



Gambar 2 25 Cover buku "Jalan-Jalan Surabaya:
Enaknya ke Mana?"
Sumber: Buku Kita

Sebuah buku karya Yusak Anshori dan Adi Kusrianto yang berisi berbagai macam tempat pariwisata yang ada di Kota Surabaya. Berikut adalah kelebihan dan kekurangan dari buku tersebut:

Kelebihan:

- Penggolongan tempat pariwisata berdasarkan jenisnya
- Memberikan keterangan rute dan map perjalanan
- Memberikan keterangan biaya akomodasi
- Keterangan secara tekstual dan foto walaupun tidak lengkap

Kekurangan:

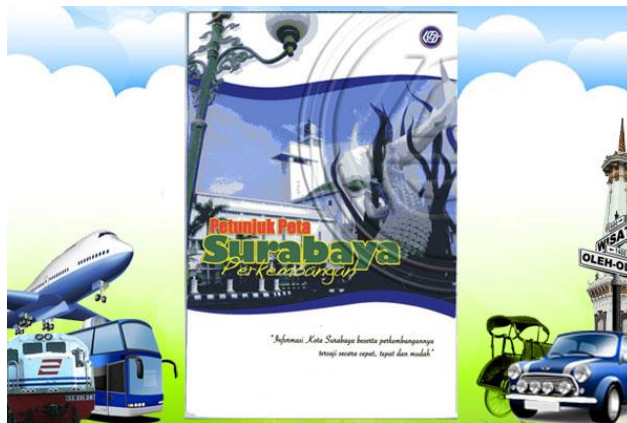
- Flat Design
- Hitam Putih
- Kurang menarik bagi pembaca²⁰

Buku ini memiliki spesifikasi besar 8,2” setebal 102 halaman yang berisikan konten lengkap tentang pariwisata di Surabaya. Eksekusinya menggunakan fotografi kasual tanpa teknik yang istimewa dari cabang

²⁰ Data penjualan 2011-2012 Gramedia Elex Komputindo, penjualannya tidak melebihi dari 2 buku selama tahun tersebut dan berdasarkan tinjauan tokopedia.com pada 1 januari 2015

ilmu fotografi. Dengan kover berbahan art paper dan isinya adalah kertas hvs biasa membuat buku ini ringan dan dapat dibawa kemana-mana. Isi dari buku ini dicetak dengan tinta hitam putih sehingga ketika menyediakan visual dari salah satu obyek pariwisata tidak begitu jelas rupa dan suasananya. Namun sisi yang paling positif dari buku ini adalah penyediaan sumber informasi terkait rute perjalanan dan transportasi yang bisa didapatkan di Kota Surabaya untuk menuju tempat-tempat pariwisata. Serta penyertaan biaya akomodasi memudahkan wisatawan untuk mengalokasikan dana ketika ingin berwisata ke Kota Surabaya.

2. Petunjuk Peta Surabaya Perkembangan



Gambar 2 26 Cover buku "Petunjuk Peta Surabaya Perkembangan"
Sumber: Buku Kita

Buku yang dipublikasikan oleh PT Karya Pembina Swajaya yang merupakan produsen alat peraga pendidikan, penerbit buku, peta dan atlas ini adalah buku yang saat ini masih beredar meskipun stoknya sudah tidak tersedia. Berikut adalah kelebihan dan kekurangan buku ini:

Kelebihan:

- Halaman berwarna
- Bonus peta Surabaya beserta indeks lengkap dalam buku
- Membahas sebagian kultur dan budaya Surabaya

Kekurangan:

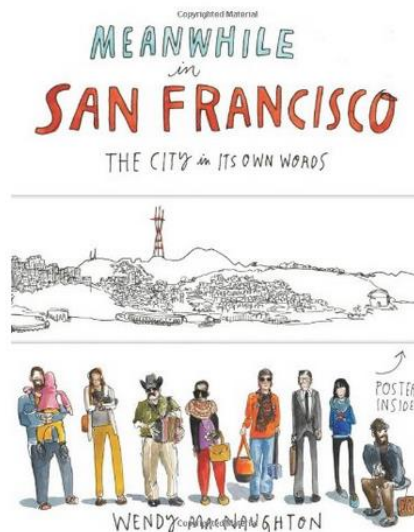
- Jumlah tempat pariwisata tidak lengkap

- Tidak memberikan rute dan keterangan transportasi
- Tidak ada estimasi biaya akomodasi

Buku ini sebesar 8” dan memiliki tebal 56 halaman. Berisi profil pariwisata-pariwisata yang ada di Surabaya beserta visual berupa foto dan dicetak dengan tinta berwarna. Buku ini memiliki bonus sebuah peta surabay dengan legendanya namun tidak dilengkapi dengan posisi letak pariwisata di Kota Surabaya yang jelas.

2.4.2 Komparator

1. *Meanwhile, in San Fransisco: The City in its Own Words*



Gambar 2.27 Cover buku "Meanwhile, in San Francisco: The City in its Own Words"
Sumber: Goodreads

Sebuah buku karya Wendy Macnaughton yang membutuhkan waktu berbulan-bulan untuk menyelesaikannya. Menyajikan informasi mengenai San Fransisco dari orang yang paling mengetahui keadaan kota itu sendiri. Mulai dari penjual makanan dan para petani serta gemerlap perkotaan San Fransisco. Buku dengan panjang 8,2 inci ini memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan sebagai berikut:

Kelebihan:

- Terdapat ilustrasi dengan eksekusi cat air secara manual

- Diceritakan secara menarik dan santai
- Memiliki kepekaan terhadap kondisi dan tren masyarakat San Fransisco

Kekurangan:

- Tidak memberikan keterangan rute dan perjalanan dengan jelas
- Tidak fokus terhadap anjungan pariwisata



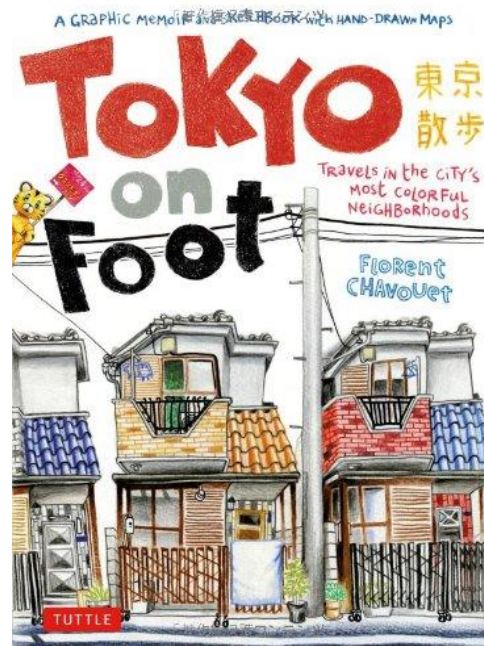
Gambar 2 29 lustrasi perkotaan San Fransisco yang digolong-golongkan oleh sang ilustrator.
Sumber: Goodreads



Gambar 2 28 Ilustrasi untuk penduduk San Fransisco yang mengidolakan tim San Francisco Giants.
Sumber: Goodreads

Di atas merupakan contoh isi konten dari buku *Meanwhile in San Fransisco* yang dieksekusi secara manual dengan *free hand lettering* dan *layout* yang memfokuskan pada subjek tertentu.

2. Tokyo on Foot



Gambar 2 30 Cover buku "Tokyo on Foot"
Sumber: Goodreads

Sebuah buku karya Florent Chavouet mengisahkan dirinya seorang berwarganegara Paris yang berwisata ke Tokyo, Jepang. Dia menggambarkan setiap sudut Tokyo dengan gaya gambar yang menyenangkan. Buku dengan panjang 8" memiliki informasi yang cukup lengkap mengenai Tokyo. Berikut kelebihan dan kekurangannya:

Kelebihan:

- Ilustrasi yang disuguhkan sangat menarik
- Rute dan peta perjalanan wisata lengkap
- Mengilustrasikan masyarakat serta kultur yang ada di Tokyo
- Mengangkat berbagai sisi Tokyo mulai dari sosial hingga politik
- Menyampaikan biaya akomodasi pariwisata

Kekurangan:

- Satu kali jalan. Tidak adanya info *event* tertentu pada saat tertentu.
- Tidak mengunjungi wisata-wisata populer

Buku sebesar 8,2" ini memiliki ketebalan 205 halaman yang lengkap

berisikan segala sesuatu yang ada di Tokyo, Jepang. Dengan kover cetak timbul dan ilustrasi yang menarik buku ini berhasil menjadi *bestseller* di toko buku²¹. Buku ini merupakan referensi akurat dalam membuat sebuah jurnal wisata dimana terdapat kelengkapan elemen dan penjelasan mengenai sebuah Kota dan pariwisatanya.

A) Ekspos tiap distrik kota

Kota Tokyo terbagi menjadi beberapa distrik, penulis buku ini menceritakan perjalanannya dengan detil di tiap distrik dari kota tersebut. Menceritakan segala macam yang ada di dalamnya, akomodasi serta transportasi, dan sudut-sudut yang menarik di tiap distrik direkomendasikan terhadap pembaca.

B) Menggambarkan Tren

Penggambaran tren yang sedang terjadi dalam masyarakat Jepang juga dipaparkan dalam buku ini. Tren *harajuku* yang ada di Jepang dan juga keadaan sosial masyarakat yang ada di Jepang

C) Karakter Masyarakat

Pada tiap distrik Tokyo memiliki karakter masyarakat yang berbeda, penggambaran *stereotyping* masyarakat Jepang membuat buku semakin kocak dan menarik.

²¹ Merupakan buku *bestseller* berdasarkan data toko buku “Periplus” dimana penjualannya lebih 30 eksemplar dalam jangka waktu 2 minggu.



Gambar 2 31 Penggambaran Karakter Masyarakat Tokyo pada buku "Tokyo on Foot"
Sumber: Goodreads

D) Penggambaran Objek

Begitu banyak objek yang digambarkan dalam buku ini yang berada di Kota Tokyo. Sebuah produk khas buatan Jepang atau bahkan poster politikus yang saat itu sedang berkampanye dalam pemilihan di Tokyo. Menunjukkan bahwa buku ini tidak sekedar buku perjalanan tapi juga buku yang memuat budaya, politik, sosial masyarakat, dan produk-produk Jepang.



Gambar 2 32 Penggambaran sebuah obat anti nyamuk pada buku
"Tokyo on Foot"
Sumber: Wirasakti, 2017

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Proses perancangan ini dilakukan dengan menggunakan beberapa metode penelitian, antara lain:

1. Tahap Pengumpulan Data

- Studi Lapangan : melakukan survei langsung melalui kuesioner yang disebar pada media sosial dan perpustakaan serta tempat – tempat membaca untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat akan sejarah kota Surabaya. Selain itu penulis juga melakukan wawancara mendalam kepada beberapa tokoh atau budayawan Surabaya untuk menggali informasi lebih dalam untuk kemudian dijadikan acuan dalam segi konten.
- Studi Komparatif : membandingkan semua konten yang dimiliki kompetitor, komparator, dan studi eksisting dengan berbagai media yang mendukung penyempurnaan perancangan ini.
- Studi Literatur : mengumpulkan berbagai data dan informasi dari buku, koran, atau internet yang mengarah pada perancangan ini.

2. Tahap Identifikasi Masalah

Tahap identifikasi masalah dalam perancangan ini muncul dari hasil kuesioner yang telah disebarkan dengan segmentasi usia yang telah dibatasi penulis yakni 21 – 30 tahun. Hasil kuesioner selanjutnya diidentifikasi lebih lanjut dan dianalisis bersamaan dengan hasil wawancara yang didapat penulis dari beberapa narasumber yang merupakan pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Surabaya. Pada tahap ini akan muncul beberapa poin yang melandasi perancangan ini.

3. Tahap Analisis Permasalahan

Berbagai permasalahan yang timbul akan dianalisis lebih mendalam untuk dapat menentukan solusi desain yang tepat sehingga perancangan ini

dapat diterima audiens dengan baik. Dalam tahap ini juga dilakukan studi eksisting sebagai pembanding perancangan.

4. Tahap Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan langkah penting yang akan menentukan perancangan ini akan berjalan seperti apa, hingga akhirnya menentukan hasil akhir dari perancangan ini. Segala proses desain yang diambil untuk kepentingan perancangan akan diputuskan pada tahap ini untuk menghasilkan solusi desain yang tepat.

3.2 Teknik Sampling

Teknik sampling digunakan agar perancangan media ini memiliki sasaran yang tepat dengan mempertimbangkan selera target audiens, mulai dari tampilan visual serta tingkat pemahaman materi yang disesuaikan dengan karakteristik target audiens. Survei yang digunakan adalah menggunakan kuisisioner dan observasi.

3.2.1 Populasi

Populasi, dalam istilah penelitian merupakan obyek atau subyek yang ada di suatu tempat yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu. Dalam perancangan panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya, yang menjadi populasi adalah pihak *stakeholder* yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surabaya, *Surabaya Tourism Information Center (STIC)*, juga wisatawan rutin Surabaya dan Luar Surabaya.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengambil sampel dari populasi dalam sebuah metoi

penelitian merupakan hal yang penting karena menghemat sumber tenaga dan waktu dalam penggalan data dan informasi tuang lingkup yang lebih luas serta dapat mewakili seluruh populasi.

Jika *stakeholder* adalah populasi, maka sampel yang diambil agar dapat mewakili seluruh populasi tentunya adalah pihak yang menduduki posisi tertinggi dalam sebuah populasi, jika sebuah lembaga atau perusahaan, maka sampel yang bisa diambil adalah direktur atau pimpinan perusahaan sehingga pada perancangan buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya. Dan jika populasinya adalah masyarakat Surabaya maka diambil sampel masyarakat yang sering bepergian atau bisa dibilang wisatawan rutin yang sering melakukan perjalanan luar kota maupun luar negeri. Penggalan data dilakukan dengan cara *Focus Group Discussion* dan *Interview* terhadap narasumber yang termasuk dalam bahasan sebelumnya. Selanjutnya dilakukan pencarian sampel untuk dijadikan sumber data Kota Surabaya. Dan untuk mengambil selera audiens dan individu yang tertarik terhadap pariwisata yaitu wisatawan yang rutin melaksanakan kegiatan bertamasya atau bepergian.

3.2.3 Pendekatan Kualitatif

Pada perancangan panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya, metode penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif, yang berkaitan dengan materi subyektif seperti kata-kata dan gambar. Selain itu, pendekatan kualitatif berusaha untuk memahami sifat dari bidang penyelidikan tertentu.

Salah satu bentuk pendektan kualitatif yang dipakai dalam metodologi perancangan panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya adalah wawancara mendalam dengan wisatawan rutin dan pihak *stakeholder*.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

Data primer yang berhasil dikumpulkan pada perancangan ini adalah hasil

wawancara yang diperoleh dengan cara wawancara mendalam terhadap *stakeholder* dan wisatawan rutin keluar dan masuk Kota Surabaya. Selain itu pengamatan langsung pada komparator buku wisata ilustratif dan Kota Surabaya itu sendiri, sebagai acuan dan pembanding.

1. Interview

Wawancara atau *interview* adalah sebuah metode utama dalam mencari pendapat tertentu orang lain tentang topik penelitian yang diidentifikasi. Terkadang wawancara dan survei memberikan hasil yang bertentangan dengan perilaku aktual. Mereka orang dalam tindakan seperti mereka berinteraksi dengan produk atau jasa, apakah itu nyata atau buatan, akan memberi hasil yang lebih akurat pada apa yang sebenarnya dilakukan masyarakat terhadap apa yang mereka katakan dan mereka lakukan.

Wawancara yang baik adalah wawancara pribadi yang dilakukan dengan pertanyaan-pertanyaan terbuka sehingga mendapatkan informasi yang baik pula,

Pada perancangan buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya, wawancara mempunyai peran utama dalam proses penggalan data karena wawancara merupakan langkah yang baik untuk mencari tahu nilai-nilai seseorang, preferensi, sikap, keyakinan, perasaan dan kesempatan untuk berinteraksi langsung secara verbal, memancing respon atau jawaban yang mendalam seperti melakukan diskusi.

2. Focus Group Discussion

FGD adalah suatu metode riset yang oleh Irwanto (1988:1) didefinisikan sebagai “suatu proses pengumpulan informasi mengenai suatu permasalahan tertentu yang sangat spesifik melalui diskusi kelompok” (Irwanto, 1988:1). Dengan perkataan lain FGD merupakan proses pengumpulan informasi bukan melalui wawancara, bukan perorangan, dan bukan diskusi bebas tanpa topik spesifik. Metode FGD termasuk metode kualitatif. Seperti metode kualitatif lainnya (*direct observation*, *indepth interview*, dsb) FGD berupaya menjawab jenis-

jenis pertanyaan how-and why, bukan jenis-jenis pertanyaan what-and-how-many yang khas untuk metode kuantitatif (survei, dsb). FGD dan metode kualitatif lainnya sebenarnya lebih sesuai dibandingkan metode kuantitatif untuk suatu studi yang bertujuan “to generate theories and explanations” (Morgan and Kruger, 1993;9)

3. Observasi

Observasi adalah menonton sesuatu, lingkungan, atau situasi yang erat dan merekam beberapa cara kegiatan atau situasi tersebut dengan akurat untuk menangkap data yang relevan dan isu-isu proyek penelitian. Pada perancangan buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya, pengamatan langsung pada komparator buku wisata ilustratif dan Kota Surabaya merupakan hal yang penting karena observasi dapat memberikan pengalaman pribadi yang efeknya dapat dirasakan langsung, relatif mudah dan tidak mengganggu lingkungan maupun orang lain.

Beberapa hal yang dapat diobservasi di Kota Surabaya untuk perancangan ini yaitu *city branding* Kota Surabaya, pariwisata kota surabaya, dan beberapa turunan media buku panduan dan lingkungan Kota Surabaya.

3.3.2 Pendekatan Kuantitatif

Merupakan sebuah pendekatan dengan memanfaatkan jumlah data yang terkumpul. Dalam kasus ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengkoleksian data.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien untuk mengetahui variabel dari pertanyaan yang diajukan. Kuesioner juga mampu mengetahui aktifitas

dan ketertarikan atau opini responden terhadap objek perancangan yang diangkat.

a. Jumlah Responden

Jumlah total responden mencapai 100 orang.

b. Teknik Sampling

Kuesioner dilakukan untuk mengetahui interest, dan opinion target audiens. Pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner meliputi:

- **Identitas Diri**
 - Jenis Kelamin
 - Usia
 - Domisili
 - Pendidikan
 - Pekerjaan
 - Penghasilan rata – rata per bulan
- **Minat**
 - Ketertarikan terhadap buku
 - Pertimbangan dalam memilih dan membaca buku
 - Frekuensi membeli buku
 - Nominal yang dikeluarkan untuk membeli buku
- **Opini**
 - Apakah media buku dibutuhkan Surabaya sebagai sarana promosi wisata?
 - Apakah mengetahui Lokasi Wisata Surabaya?
 - Apakah mengetahui sejarah kota Surabaya?
 - Apakah tahu perkembangan sejarah etnis Surabaya ?
 - Apakah kesulitan mendapatkan informasi sejarah etnis di Surabaya ?

3.3.3 Data Sekunder

Untuk mengoptimalkan penggalan data pada perancangan ini, selain data primer, perancangan identitas visual ini juga mencari data sekunder yang

bersumber dari:

- Buku yang berisi referensi visual maupun teori pendukung perancangan:
 1. *Analisis Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal Tahun 2012*. (Dolina Gitapati)
 2. *Travel Genre in Arabic Literature: A Selective Literary and Historical Study*. (Fathi A. El-Shihibi)
 3. *Hikajat Soerabaia Tempoe Doeloe* (Dukut Imam Widodo)
 4. *Soerabaja 1900-1950* (Asia Maior)
 5. *Indonesian Journal of Social and Cultural Anthropology* (Hizkia Yosie Polimpung)
- artikel dari media cetak:
 1. RPJMD Kota Surabaya tahun 2010-2015 Bab V Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran hal. 5
 2. Kamus Besar Bahasa Indonesia
- artikel dari media elektronik berupa website resmi diantaranya:
 1. <http://www.sparklingsurabaya.info/about-surabaya/people-a-culture>
 2. http://id.wikipedia.org/wiki/Travel_Journal
 3. http://kolom.pacific.net.id/ind/setyanto_p._santosa/artikel_setyanto_p._santosa/pengembangan_pariwisata_indonesia.html
 4. <http://pariwisatasurabaya.com/statistik>
 5. Global Ebook Survey <http://bookboon.com/blog/bookboon-coms-global-ebook-survey>
- studi komparator berupa *benchmarking* dari beberapa buku panduan yang telah ada dari Kota Surabaya dan beberapa buku dari kota maupun negara lain yang merupakan buku panduan.

3.4 Analisa Data

3.4.1 Focus Group Discussion

Berikut ini adalah hasil dari *focus group discussion* yang dilakukan dengan tiga wisatawan rutin yang statusnya merupakan seorang *traveler*, seorang *backpacker* dan seorang *hiker*. Sdr. Intifada Fikri, Sdr. Ekky Chandra Nurfian, dan Sdr. Gilang Armada. Beliau bertiga ini melaksanakan wisata secara rutin untuk memenuhi kebutuhan individu. Berikut merupakan profil dari peserta *focus group discussion*:

Tabel 3.1 Persona Focus Group Discussion

<p>Intifada Fikri, 28 Credit Analyst Bank Danamon Jakarta</p>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Traveler</i> Asia Tenggara meliputi, Singapura, Thailand, Malaysia, dll.• Berwisata rutin tiap tahun• Wisata <i>leisure</i> dengan <i>budget</i> besar.• Preferensi wisata populer• Pecinta buku populer dan buku-buku sejarah peradaban dunia.• Tiap tahun ke Surabaya untuk ber-Idul Fitri
<p>Ekky Chandra, 30 Welding Inspector Guntner Indonesia Pasuruan</p>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Backpacker</i> dan <i>Explorer</i>• Menjelajah wisata eskترم yang jarang dikunjungi orang lain, contoh: hutan alas purwo• Berwisata menggunakan motor• Tamat menjelajah wisata sejenis eskترم Jawa, dan beberapa kali ke pulau lain• Tidak tamat menjelajah Kota Surabaya

	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki ketertarikan terhadap kekayaan alam dan budaya Indonesia
<p>Gilang Armada Hariyono, 25 Mechanical Engineer PT Astra International Tbk, Jakarta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Hiker</i> profesional • Menaklukkan gunung-gunung di Jawa dan Sumatra • Asli Surabaya dan sering menonton pertandingan bola Persebaya • Bonek (Suporter Persebaya) • Tidak mengetahui potensi pariwisata Kota Surabaya

Sumber: Wirasakti, 2017

Kota Surabaya merupakan sebuah kota yang perkembangannya pesat karena merupakan sentra perdagangan Indonesia Timur sejak jaman kerajaan Majapahit, Surabaya memiliki peran yang penting dalam perekonomian bangsa. Serta Kota Surabaya merupakan Kota multi etnis dimana banyak suku dan ras yang menetap di Surabaya. Surabaya juga memiliki banyak potensi dalam sektor pariwisata. Namun saat ini pariwisata-pariwisata di Kota Surabaya di kesampingkan dan juga banyak yang tidak terawat. Tidak ada penunjuk pasti keberadaan pariwisata-pariwisata di Kota Surabaya dan akhirnya membuat Surabaya seperti Kota tanpa kawasan pariwisata.

Kesadaran akan pentingnya sebuah media untuk mengangkat dan memuat informasi mengenai pariwisata-pariwisata yang ada di Kota Surabaya diakui oleh pihak *stakeholder* maupun sampel kelompok diskusi. Namun belum maksimalnya pengelolaan pariwisata-pariwisata di Surabaya dapat dilihat secara kasat mata di Kota Surabaya. Banyak pihak yang menginginkan citra yang kuat terhadap Kota Surabaya serta pariwisata yang terekspos oleh masyarakat luas. Permasalahan yang timbul yakni dalam berbagai macam buku maupun artikel pariwisata Surabaya jarang

direkomendasikan sehingga banyak yang menduga Surabaya tidak memiliki tempat pariwisata dan Surabaya di cap sebagai kota untuk transit menuju tempat pariwisata lain.

Selain itu pihak kelompok diskusi telah memberikan tanggapan serius mengenai kondisi pariwisata Surabaya saat ini. Surabaya dianggap sebagai kota metropolitan karena perkembangan yang melebihi kota-kota lain di sekitarnya. Dapat juga disebut sebagai kota pendidikan karena banyaknya program pendidikan yang menunjang pembelajaran siswa dan fasilitas yang berada di instansi pendidikan di Surabaya layak. Namun Kota Surabaya belum dapat disebut sebagai kota pariwisata dikarenakan tidak adanya perhatian khusus terhadap wisata-wisata di Surabaya. Terbukti dengan 35 tempat pariwisata hanya sedikit yang dikenal atau diketahui dengan baik oleh kelompok diskusi.

Pihak kelompok diskusi mengakui bahwa tidak melihat adanya tindakan dari pemerintah maupun kepengurusan pariwisata lokal di Surabaya untuk mempromosikan tempat wisatanya. Sehingga bahkan penduduk Kota Surabaya sendiri tidak mengetahui bahwa Surabaya memiliki begitu banyak tempat wisata. Tanda atau *signage* untuk menuju tempat-tempat pariwisata di Surabaya pun sangat jarang terlihat. Kelompok diskusi menginginkan sebuah media pengenalan terhadap masyarakat luas dan dapat dinikmati oleh berbagai kalangan untuk memperkenalkan Kota Surabaya dan memperbaiki apa yang selama ini media cetak katakan tentang Kota Surabaya.

Kelompok diskusi dan *stakeholder* menginginkan sebuah media cetak yang memuat berbagai macam informasi mengenai pariwisata Surabaya. Dimana media tersebut memuat tidak hanya pariwisatanya saja, tapi begitu juga dengan kondisi sosial masyarakat Surabaya dan kultur serta budayanya, berikut dengan pengemasan yang menarik dan universal karena itu perancangan mengambil sifat ilustratif. Jika dimungkinkan memunculkan rute yang dapat diambil dan segala macam transportasi yang dapat digunakan untuk sampai pada tujuan. Mengandung nilai-nilai yang dimiliki Surabaya, yaitu jiwa kepahlawanan.

Kesimpulan yang didapatkan dalam *Focus Group Discussion* dengan wisatawan domestik adalah sebagai berikut,

- Peserta FGD tidak mengetahui bahwa Surabaya memiliki banyak tempat pariwisata yang menarik dan memiliki nilai sejarah dan informasi yang tinggi.
- Kota Surabaya membutuhkan sebuah sarana untuk mempromosikan pariwisata yang dapat dijadikan literatur kota.
- Kota Surabaya tidak memiliki informasi rute dan lokasi pariwisata yang tersebar di berbagai wilayah kota.
- Pemerintah Kota Surabaya dianggap tidak serius dalam mengembangkan bisnis pariwisata di Surabaya.

3.4.2 Wawancara Mendalam

Depth Interview dilakukan untuk menentukan gambaran media perancangan buku ilustrasi yang akan dibuat. *Depth Interview* dilakukan pada orang-orang yang tertentu yang mengetahui dan mempunyai informasi atau pemahaman terhadap topik penelitian yaitu:

1. Wawancara dengan bapak Fauzi M Yos selaku Kepala Bidang RHU Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surabaya.

Wawancara dengan narasumber bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dukungan pemerintah terhadap perkembangan sector pariwisata Kota Surabaya. Berikut adalah inti pertanyaan yang ditanyakan:

- Perhatian pemerintah terhadap sektor pariwisata Surabaya
- Kondisi pariwisata di Surabaya saat ini
- Daya Tarik wisatawan terhadap Kota Surabaya
- Media yang selama ini digunakan untuk mempromosikan pariwisata di Kota Surabaya
- Pendapat mengenai Buku Panduan Wisata yang akan dibuat

2. Wawancara dengan bapak Agus Imam Sonhaji selaku Ketua Badan Perencanaan Pembangunan Kota Surabaya

Wawancara terhadap narasumber bertujuan untuk mengetahui apa saja potensi yang dimiliki Surabaya dalam sektor pariwisata. Berikut adalah inti pertanyaannya:

- Apa keunggulan Kota Surabaya
- Apa potensi Kota Surabaya
- Usaha pemerintah dalam meningkatkan potensi Kota Surabaya
- Pariwisata yang ingin ditonjolkan

3. Wawancara dengan ibu Bernice Helena selaku seorang traveler berkebangsaan Finlandia yang merupakan seorang sineas dan dosen di Institut Kesenian Jakarta. Dan Wawancara dengan ibu Deborah Gabinetti selaku warga negara Amerika Serikat yang menetap di Bali yang merupakan seorang Direktur Festival Film Internasional Balinale.

Wawancara dengan narasumber bertujuan untuk mengetahui perkembangan pariwisata Surabaya dari sudut pandang wisatawan mancanegara. Berikut merupakan inti dari pertanyaan:

- Pengetahuan tentang Kota-Kota di Indonesia
- Ketertarikan terhadap budaya Indonesia
- Preferensi pariwisata di Indonesia
- Pengetahuan tentang Kota Surabaya
- Preferensi panduan untuk berwisata
- Pendapat mengenai Buku Panduan yang akan dibuat

Hasil yang didapatkan dari wawancara mendalam dengan narasumber dari pemerintah adalah sebagai berikut,

- Media yang sudah ada tidak berhasil mempromosikan pariwisata Kota Surabaya
- Surabaya sedang membenahi sektor pariwisatanya secara berkala agar Surabaya dapat bersaing di skala internasional
- Surabaya memiliki potensi wisata *heritage* dan wisata kampung yang sedang di dukung penuh oleh pemerintah
- Membutuhkan sebuah media yang *fresh* untuk meningkatkan kemajuan sektor pariwisata

Sedangkan hasil yang didapatkan dari wawancara dengan narasumber wisatawan mancanegara adalah sebagai berikut,

- Tidak mengetahui keistimewaan maupun sejarah Kota Surabaya
- Wisata yang dikenal orang Eropa dan Amerika di Indonesia adalah Bali dan Raja Ampat
- Orang Amerika lebih mengenal Blitar di Jawa Timur daripada Surabaya karena mengidolakan Soekarno yang dimakamkan disana.
- Orang Eropa dan Amerika sangat tertarik dengan kebudayaan tradisional Indonesia, bahkan mempelajari
- Menginginkan sebuah panduan yang mampu memberikan informasi dan saran berwisata secara mudah dan nyaman.

3.4.3 Analisa Kuesioner

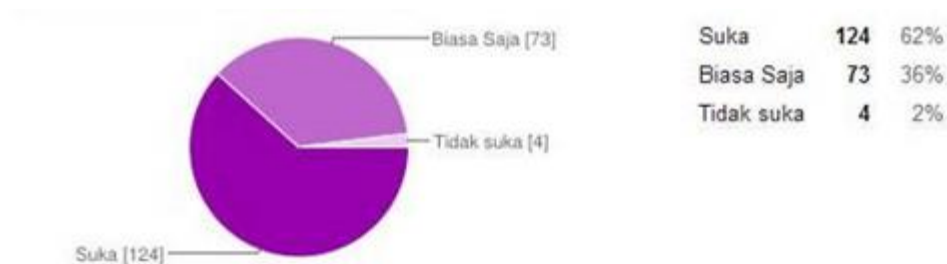
Berikut adalah hasil analisa dari kuesioner yang disebarikan kepada 201 responden yang dibagi dalam beberapa segmen:

1. Identitas Diri

- Jenis Kelamin : 63 responden laki – laki dan 37 responden perempuan
- Usia : 76% berusia 25 – 30 tahun, 10% berusia 30 – 35 tahun, dan 14% berusia diatas 21-25 tahun
- Domisili : 40% berdomisili di Luar Negeri, 30% berdomisili di Jawa Timur, 10% berdomisili di Jawa Tengah, 12% berdomisili di Jawa Barat, 8% berdomisili di Sumatera,
- Pendidikan : 64% pekerja dan 36% Mahasiswa atau S2
- Penghasilan : 4% berpenghasilan kurang dari 500.000, 16% berpenghasilan antara 500.000 hingga 1.000.000, 20% berpenghasilan antara 1.000.000 hingga 2.500.000, 7% berpenghasilan antara 2.500.000 hingga 5.000.000, dan 3% di atas 5.000.000 hingga 2.500.000, 10% berpenghasilan antara 2.500.000 hingga 5.000.000, dan 40% di atas 5.000.000

2. Minat

- Ketertarikan Terhadap Buku



Grafik 3 1 Ketertarikan wisatawan pada buku

- Pertimbangan dalam memilih buku



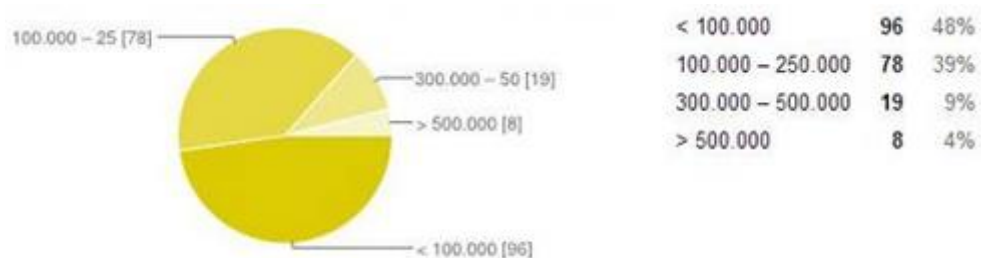
Grafik 3 2 Pertimbangan memilih buku.

- Frekuensi membeli buku



Grafik 3 3 Frekuensi membeli buku.

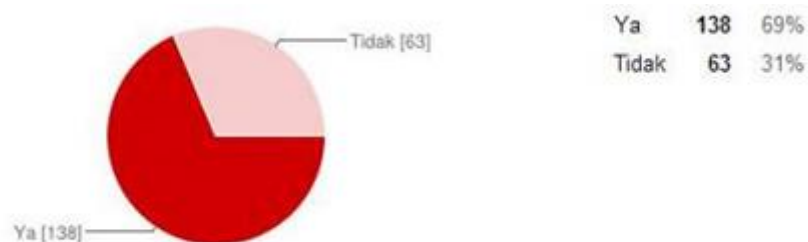
- Nominal yang dikeluarkan untuk membeli buku



Grafik 3 4 Nominal untuk membeli buku.

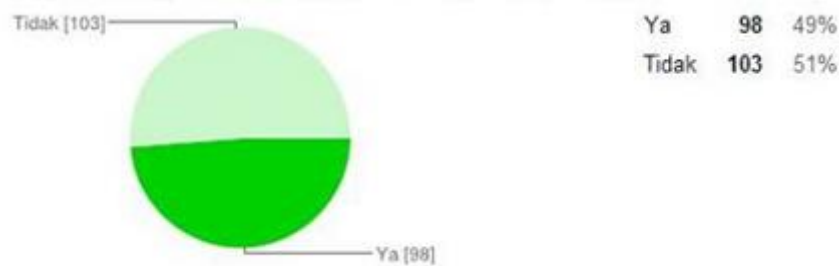
3. Opini

- Buku sebagai media promosi pariwisata kota Surabaya



Grafik 3 5 Buku sebagai media

- Apakah mengetahui lokasi wisata Surabaya



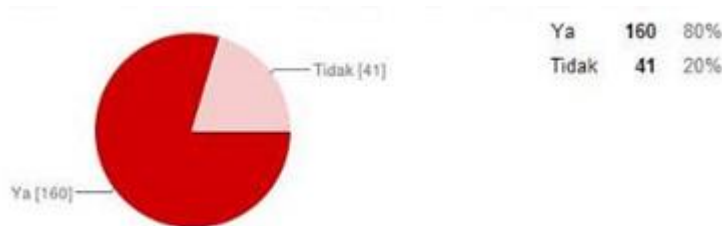
Grafik 3 6 Pengetahuan lokasi wisata Surabaya.

- Apakah mengetahui sejarah etnis kota Surabaya



Grafik 3 7 Pengetahuan sejarah etnis Surabaya.

- Kesulitan mendapatkan informasi mengenai sejarah etnis Surabaya



Grafik 3 8 Kesulitan mendapatkan informasi sejarah etnis Surabaya.

3.4.4 Kesimpulan Kuesioner

- Target audiens merupakan konsumen yang cukup secara finansial sehingga dapat mencukupi kebutuhannya sendiri, dan lebih disiplin karena memiliki alokasi dana untuk memenuhi kebutuhan terhadap suatu yang diinginkan.
- Responden merasa kesulitan untuk mencari informasi mengenai sejarah etnis kota Surabaya.

- Target audiens dengan usia dewasa awal memiliki sikap yang terbuka untuk menerima informasi baru, dengan rasa keingintahuan yang tinggi.
- Visualisasi gambar menambah ketertarikan dalam membeli maupun membaca buku, karena buku yang mengulas tentang sisi multi etnis kota Surabaya.
- Sejarah etnis tidak cukup diketahui keberadaanya dan perkembangannya
- Buku merupakan media yang tepat sebagai sarana promosi pariwisata Surabaya.

3.4.4 Hasil Penelitian

Berdasarkan dari analisa data yang dibahas sebelumnya, maka terdapat beberapa parameter yang digunakan dalam perancangan Buku Panduan Wisata Bertema Sejarah Etnik Kota Surabaya.

- Buku merupakan media terpilih berdasarkan preferensi dari hasil kuesioner, *focus group discussion*, dan wawancara mendalam.
- Buku Panduan Wisata Bertema Sejarah Etnik dapat mengekspos pariwisata di Kota Surabaya.
- Buku Panduan Wisata Bertema Sejarah Etnik memiliki informasi yang padat dalam setiap tempat pariwisata dan pembahasan perihal Kota Surabaya
- Menarik, memberikan hal baru sebagai literatur Kota Surabaya, menyenangkan, informatif dan modern.
- Memiliki gaya bahasa dan penyampaian yang luas untuk segmentasi yang luas.

Setelah menemukan parameter dari kriteria desain yang dibahas diatas, maka disusunlah konsep panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya yang akan dibuat berdasar hasil *focus group discussion* dan *interview* antara lain:

- Menggabungkan beberapa tren ilustrasi yang berada di masyarakat yang merupakan tren dengan menggunakan teknik digital tren *pastel color* juga akan dimodifikasi dan disesuaikan dengan kriteria desain.

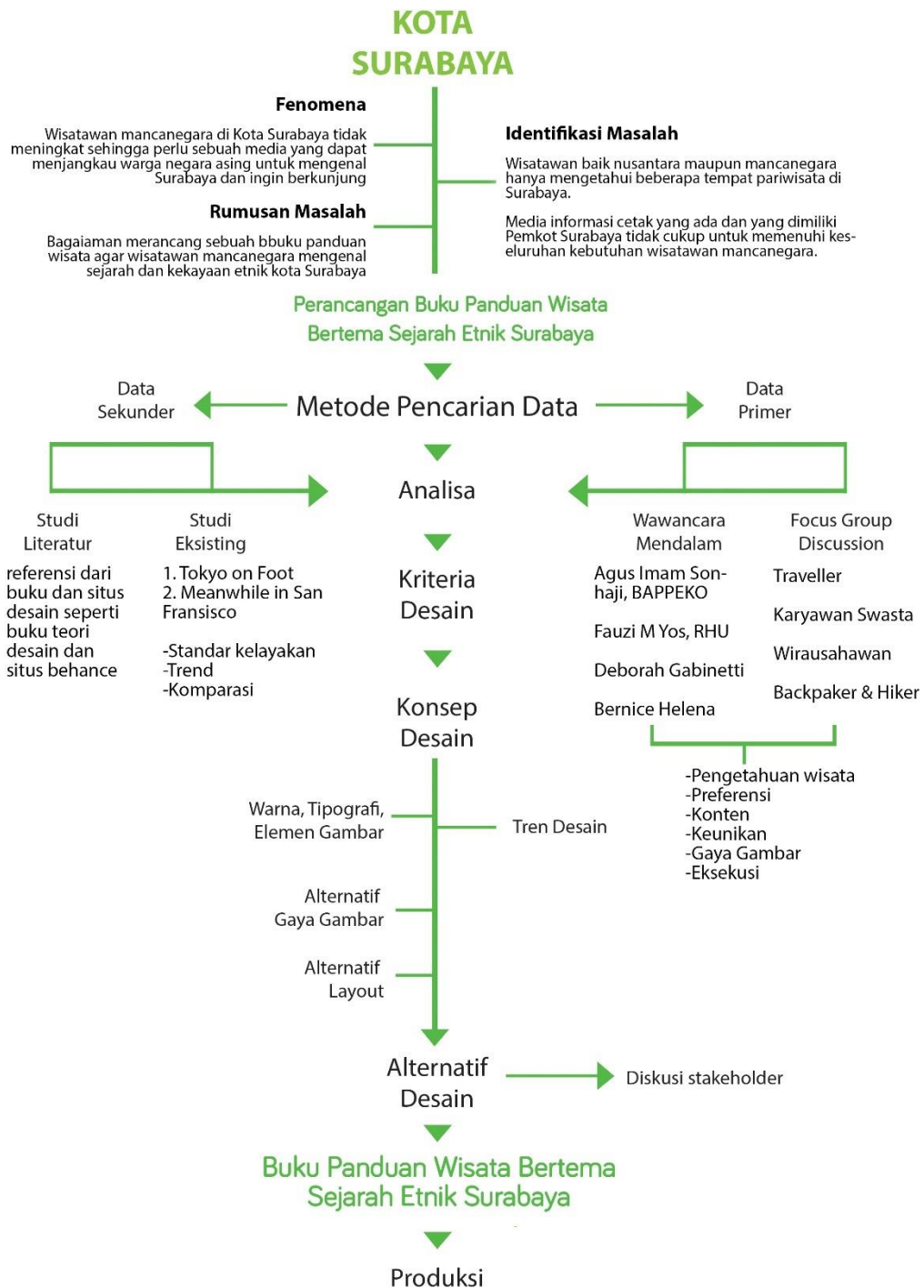
- Menggunakan font *sans-serif* untuk memberikan kesan santai dan informatif agar terlihat lebih ilustratif dan menyenangkan.
- Memberikan berbagai macam ilustrasi mulai dari obyek benda, tempat, dan manusia serta berbagai kegiatan yang ada di Kota Surabaya.
- Menggolongkan pariwisata berdasarkan jenis pengaruh etnis serta menyediakan rute yang tersedia dengan fasilitas transportasi umum.

3.5 Kriteria Desain

Setelah menemukan problematika, menganalisa, serta mengidentifikasi karakteristik target audiens, maka variabel desain perlu ditentukan juga. Variabel yang muncul dalam problematika adalah:

- Layout, mempermudah urutan membaca dalam sebuah buku. Sebaiknya layout yang dipilih tidak terlalu banyak kata – kata dan memiliki konsistensi yang baik di tiap halamannya. Hirarki konten mana yang harus dibaca terlebih dahulu harus benar.
- Gaya gambar, berguna untuk mewakili ilustrasi dalam menyampaikan pesan dan meyakinkan serta mendramatisasi pesan. Gaya gambar yang dipilih berupa semi – realis
- Penggunaan warna, menambah kesan dalam penyampaian pesan secara visual. Warna yang digunakan mengacu pada warna cerah yang dikombinasikan dengan warna-warna ceria menunjukkan keberagaman yang dimiliki Kota Surabaya

3.6 Alur Perancangan



Bagan 3 1 Alur Perancangan Desain.

(halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB IV

KONSEP DESAIN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Surabaya dan Pariwisata

Kota Surabaya yang telah memiliki beberapa program untuk menunjang pariwisatanya dengan salah satu contohnya adalah *Surabaya Shopping and Culinary Track* menunjukkan bahwa adanya pergerakan untuk memperkenalkan apa yang Kota Surabaya miliki. Tiap tahunnya jumlah Orang yang berdatangan menuju Kota Surabaya semakin banyak, disamping berwisata mereka juga berpindah tempat, mencari kerja, dan melakukan kegiatan bisnis merupakan hal yang cukup sering dilakukan di Surabaya mengingat statusnya sebagai pusat perdagangan Indonesia timur.

Namun banyak orang yang belum mengetahui bahwa Kota Surabaya memiliki potensi yang besar dalam hal pariwisata, terbukti dalam data terdapat 35 tempat pariwisata di Kota Surabaya namun hanya sedikit yang dikenal orang. Hanya sebagian yang paling terkenal saja yang mereka ketahui contohnya tugu pahlawan, wisata religi ampel, dan monumen kapal selam. Sebenarnya masih ada begitu banyak lokasi pariwisata lain di Surabaya yang memiliki penggalan sejarah Surabaya pada masa lampau dan memberikan ilmu-ilmu. Karena itu Kota Surabaya memerlukan sebuah media untuk memperkenalkan pariwisata-pariwisata yang ada di Surabaya. Sebuah media yang dapat memuat informasi namun tidak membosankan dan dapat menarik minat masyarakat atau orang yang melihat untuk mengunjungi Kota Surabaya.

Perancangan panduan wisata ini merupakan salah satu langkah dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang disampaikan. buku panduan wisata bertema sejarah etnik ini dirancang agar lebih mudah dipahami, dinikmati, dan memiliki informasi yang mendalam dan detail untuk mempelajari dan mengenal Kota Surabaya. Selain itu juga sekaligus sebagai media bantu Kota Surabaya untuk melakukan *city branding* dan

dapat dirasakan oleh audiens dan masyarakat Surabaya itu sendiri.

Media perancangan berupa buku atau jurnal wisata ilustratif dipilih karena target audiens utama, yaitu usia muda produktif yang senang bepergian baik bersama teman, keluarga, maupun sendiri yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dengan menjejalajah berbagai macam lokasi, terlebih lagi seorang kolektor buku yang memiliki hobi *travelling*. Dengan menggunakan media informasi yang dapat dijangkau oleh semua kalangan akan mempermudah semua orang untuk menggali informasi mengenai pariwisata di Surabaya serta mengenal kultur dan budaya Kota Surabaya melalui media tersebut.

4.1.2 Deskripsi Perancangan

Media informasi mengenai pariwisata-pariwisata di Surabaya yang saat ini beredar di masyarakat adalah sebuah peta dan buku panduan. Setiap media tersebut memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Peta merupakan gambar suatu wilayah secara luas, terkadang lengkap dengan legenda yang dapat menyediakan atau memberikan info nama lokasi tersebut dan tercetak di sebuah kertas berukuran besar. Peta memiliki keunggulan cakupan wilayah yang luas membuat kita dapat melihat keseluruhan Kota Surabaya tampak atas. Namun informasi yang diberikan sangatlah minim, dimana hanya memberitahu nama tempat menunjukkan lokasi yang direkomendasikan atau bahkan informasi detail mengenai suatu tempat tertentu, dikarenakan keterbatasan pencetakan satu lembar. Sedangkan buku panduan yang kini beredar adalah sebuah buku yang berisi informasi mengenai pariwisata surabaya serta rute dan perjalanan bahkan ada yang mencantumkan estimasi biaya akomodasi selama perjalanan dan berwisata di Surabaya. Namun buku panduan itu melupakan faktor estetika yang membuat orang ingin membelinya dan mengenal lebih jauh mengenai Kota Surabaya, kebanyakan buku tersebut diproduksi secara *low-cost* dengan format hitam putih yang menyebabkannya tidak menarik dan terlihat membosankan. Sebuah panduan wisata merupakan sebuah panduan dimana seseorang mendapatkan informasi mengenai tempat tersebut, berbagai

macam cara untuk menyampaikan. Informasi yang diberikan dapat berupa hal yang penting dan sangat memungkinkan untuk membuatnya detail dikarenakan keleluasaan penulis panduan tersebut. Ditambahkan dengan ilustrasi agar memperjelas dan membuatnya semakin menarik untuk diikuti Berikut merupakan kelebihan dan kelemahan Panduan Wisata yang bersifat Ilustratif:

Kelebihan:

- Berupa buku cetak fisik yang dapat dipegang dan dirasakan memberikan pengalaman tersendiri dalam menikmati dan mendalami serta mengenal Kota Surabaya.
- Mayoritas masyarakat dunia menggunakan buku sebagai media untuk menambah pengetahuan, buku masih merupakan media konvensional yang dapat dijangkau segala kalangan masyarakat.
- Sifat ilustrasi dapat menimbulkan dramatisasi dari sebuah kejadian, lokasi, serta objek untuk dapat mempengaruhi suasana hati pembaca.
- Sebagai sebuah media literatur sumber ilmiah Kota Surabaya dan sebagai koleksi yang dapat ditambahkan di kearsipan Kota Surabaya.

Kelemahan:

- Pembuatannya memakan waktu yang lama juga dipengaruhi oleh kepadatan Kota Surabaya.
- Proses produksi dan distribusi memakan waktu yang lama

4.2 Konsep Desain

4.2.1 Produk

Produk yang dihasilkan nantinya adalah sebuah buku berupa panduan wisata dengan ilustrasi yang elemen-elemen didalamnya mampu memberikan informasi detail dan menarik untuk wisatawan. Konten/informasi yang dikandung panduan wisata ilustratif tersebut didapatkan dari dokumentasi pariwisata Surabaya serta literatur pariwisata lainnya dan observasi langsung di tiap lokasi pariwisata di Surabaya. Dengan metode tersebut akan menjadikan konten lebih lengkap untuk

memenuhi kebutuhan wisatawan dan tentunya membuat wisatawan semakin memahami dan mengenali Kota Surabaya bahkan sebelum berkunjung ke kota tersebut.

4.2.2 Positioning

Panduan Wisata Bertema Sejarah Etnik ini diposisikan sebagai sebuah buku literatur Kota Surabaya untuk media penyampaian informasi yang lebih lengkap kepada wisatawan mancanegara tentang sejarah Kota Surabaya. Mewujudkan wisatawan mancanegara yang cinta dan bangga terhadap pariwisata, kultur, budaya, dan Kota Surabaya.

4.2.3. Unique Selling Point

Keunikan dari media informasi panduan wisata ilustratif ini adalah dari konten dan tampilannya yang berisi pariwisata, kultur, budaya, sosial masyarakat di Kota Surabaya secara gamblang. Menangkap keadaan Kota Surabaya dan menunjukkan karakteristik Kota Pahlawan. Dengan penyampaian yang berbeda dari buku panduan pariwisata yang lain media ini dapat menjadi senjata untuk memperkenalkan masyarakat domestik maupun mancanegara tentang potensi Surabaya sebagai Kota pariwisata. Penyampaian pariwisata kota dengan teknik ilustrasi dan dituangkan dalam sebuah buku yang membahas dengan informatif masih merupakan sesuatu yang amat jarang di Indonesia. Untuk Indonesia sendiri belum, yang ada adalah buku panduan wisata lain untuk kota di negara lain seperti yang dicontohkan pada studi komparator.

4.2.4 Segmentasi

- Pria – Wanita
- 25 – 30 tahun
- *Fresh Graduate*, Karyawan Swasta, Pekerja
- Suka wisata sejarah atau hal – hal berbau sejarah
- *Open mind* dan bersifat empati tinggi pada sebuah perubahan
- Suka mengoleksi buku yang berbau wisata, sejarah, dan ilustrasi.

- Penyuka seni
- Memiliki ketertarikan aktif dalam keberagaman etnis

4.2.4. Visi

Sebuah media sumber informasi masyarakat luas yang mampu mempresentasikan pariwisata-pariwisata yang ada di Kota Surabaya dengan kebutuhan pengunjung sekaligus sebagai saran untuk memudahkan masyarakat luas mengenali keragaman etnis dan budaya Kota Surabaya.

4.2.5 Misi

- Merancang sebuah media informasi bagi wisatawan domestik dan mancanegara.
- Menampilkan sejarah dan perkembangan etnik di Kota Surabaya dalam bentuk penyampaian yang baru.
- Memberi *treatment* ulang kepada media informasi yang sudah ada agar menambah perhatian wisatawan terhadap Kota Surabaya.
- Memberikan pengalaman berbeda dalam mencari informasi mengenai pariwisata Kota Surabaya.

4.2.6 Keyword

A) Makna Denotatif

Menurut Oxford Dictionaries, *historic* memiliki definisi “*famous or important in history, or potentially so*” atau dalam Bahasa Indonesianya yaitu “sesuatu yang terkenal atau penting dalam sejarah, serta yang berpotensi”. Sedangkan *colourful* memiliki arti “*Having much or varied colour*” atau “*full of interest; lively and exciting*” atau dalam Bahasa Indonesianya adalah “memiliki begitu banyak warna” dan “penuh dengan hal yang menarik; hidup dan menyenangkan”²²

Maka makna keyword yang digunakan, “*Historic yet Colourful*”, yang berasal dari Bahasa Inggris memiliki arti secara harfiah yaitu “bersejarah dan menarik”. Secara keseluruhan bermakna bahwa Kota

²² Oxford Dictionary. Pencarian kata “historic” dan “colourful”

Surabaya adalah sebuah tempat yang memiliki sejarah yang kuat dan penuh dengan hal-hal yang menarik.

B) Makna Konotatif

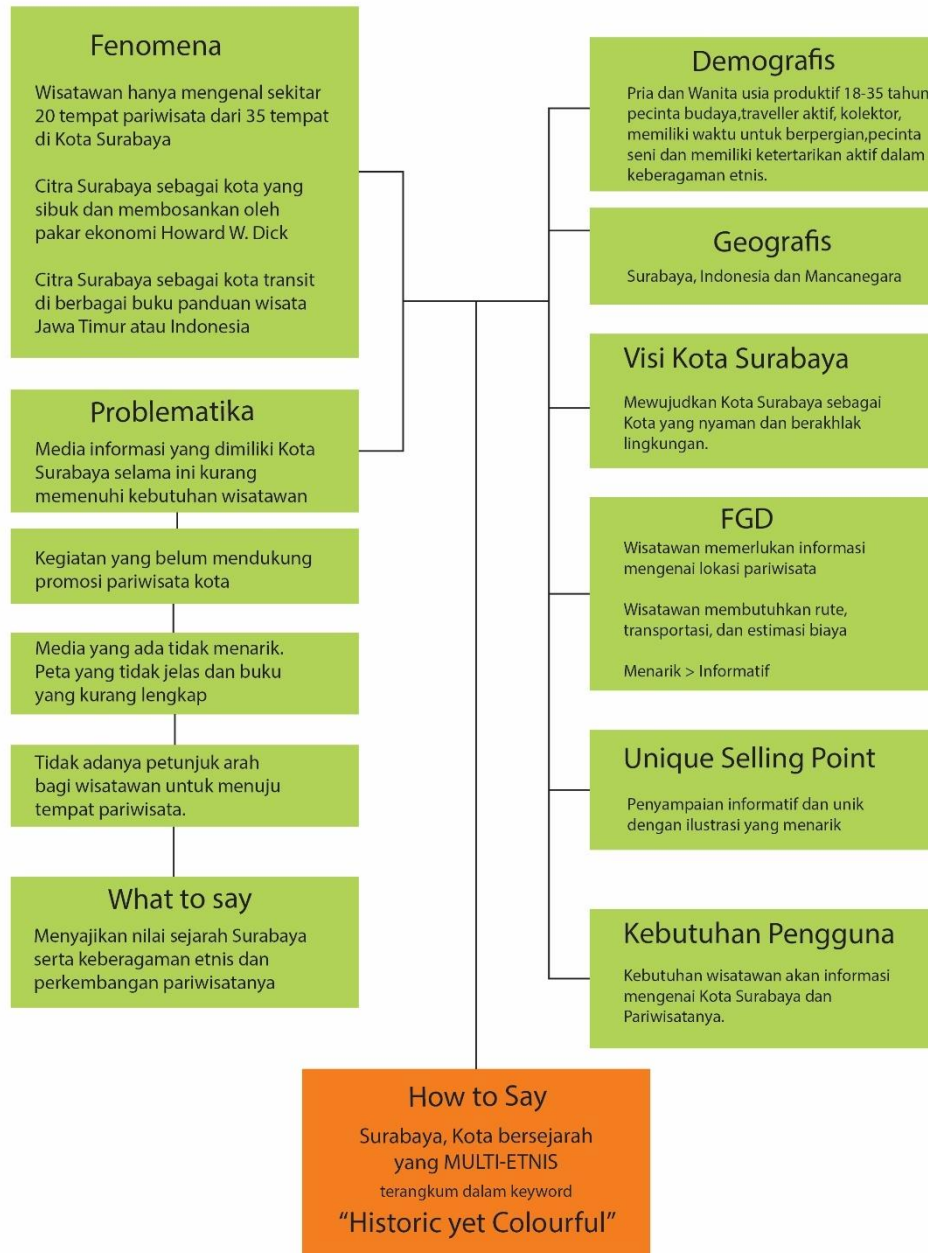
Makna konotasi dari *keyword* "*Historic yet colourful*" adalah menyuguhkan sebuah media baru untuk menyampaikan informasi mengenai pariwisata Kota Surabaya yang lebih menarik sebagai tempat yang bersejarah dan berwarna

Kata *historic* digunakan karena Kota Surabaya memiliki karakter sebagai Kota Pahlawan yang sangat bersejarah dan memiliki tempat-tempat bersejarah pula. Sedangkan kata "*yet colourful*" digunakan karena media yang dirancang berbeda dengan panduan wisata media cetak pada umumnya. Adanya ilustrasi yang ditampilkan pada panduan wisata mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi Kota Surabaya dalam sector pariwisata dan dapat merubah citra Kota Surabaya dari kota yang sibuk dan membosankan menjadi kota yang berwarna dan penuh dengan hal-hal yang menarik dan hidup. Konsep dari *Keyword* ini diharapkan mampu membantu masyarakat khususnya wisatawan dalam menemukan informasi mengenai pariwisata Kota Surabaya.

C) Bagan *Keyword*

Berikut adalah *keyword* perancangan yang disusun berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya.

Keyword



Bagan 4 1 Kata kunci perancangan.

4.3. Strategi Media

4.3.1 Komunikasi

Wisatawan mancanegara merupakan sasaran utama dari buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya dimana Kota Surabaya ingin *go international* melalui rangkaian acara yang diselenggarakan oleh pemerintah. Sehingga Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Inggris yang merupakan Bahasa internasional pada output utama, namun sangat memungkinkan untuk buku ini memiliki dua versi Bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris tentunya.

Pesan yang disampaikan akan berupa informasi mengenai tempat atau kejadian yang tertera pada halaman buku dalam bentuk teks yang berisi profil atau deskripsi dari gambar yang ditampilkan untuk para audiens sehingga mendapatkan informasi yang lebih dari sekedar gambar.

4.3.2 Media

Berdasarkan penelitian yang disampaikan pada bab-bab sebelumnya, buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya ini berbentuk sebuah buku. Dengan ukuran panjang 15cm dan lebar 15cm merupakan ukuran sebuah buku yang dapat dimasukkan ke dalam tas-tas kasual dan dijinjing kemana-mana, namun bukan merupakan ukuran *pocket*. Dan akan dijilid dengan teknik *thread stitching* atau jilid benang.



Gambar 4 1 Contoh buku jilid benang.
Sumber: Jones on Sewing for Bookbinding

4.4 Kriteria Desain

Berdasarkan rumusan masalahnya, yang kemudian dikomparasikan dengan eksisting, memberikan kesimpulan pertimbangan yang perlu diperhatikan sebagai kriteria desain.

- Dimensi dari buku panduan berukuran panjang 15cm dan lebar 15cm sebagai ukuran buku yang ideal untuk dibawa-bawa.
- Menggunakan teknik jilid *saddle stitching* untuk mempermudah proses produksi dan fleksibilitas.
- Cover dengan teknik cetak timbul untuk eksklusifitas.
- Konten menjelaskan tentang sejarah dan keberagaman etnis di Kota Surabaya.

4.4.1 Struktur Buku

1. *Cover*
2. *Cover* bagian dalam
3. Halaman penerbit
4. Pengantar
5. Isi
6. Tentang Penulis
7. *Cover* belakang

4.4.2 Konten Buku

Buku panduan wisata ini akan terbagi menjadi enam bagian yang membahas etnis arab, etnis cina, etnis, eropa, bumiputra, destinasi wisata modern, serta akses dan transportasi. *Mapping* dilakukan sebelum penggolongan konten untuk memudahkan pembagian isi konten.

1. Pengenalan Asal Usul nama Surabaya dan Pembabakan

Audiens dapat mengetahui asal usul nama Surabaya berdasarkan sejarah yang dicatatkan bahwa nama Surabaya berasal dari kata “Soerai-Ing-Baia” memiliki arti selamat dari bahaya yang merupakan peperangan antara Raden Wijaya dan pasukan Mongolia Kublai Khan yang tiba di kerajaan Majapahit.

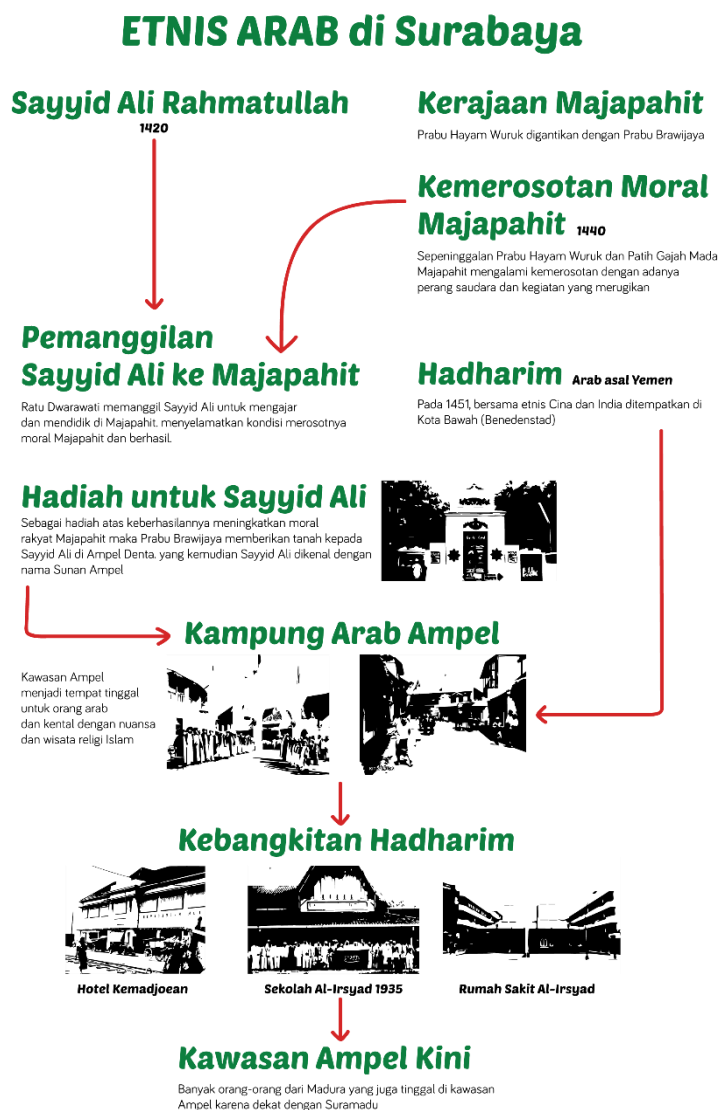
PEMBABAKAN ASAL MULA SURABAYA



Bagan 4 3 Pembabakan asal mula surabaya

2. Bab Etnis Arab di Surabaya

Mengenalkan audiens kepada etnis arab yang berasal dari Hadramut di Yemen yang singgah ke Surabaya untuk berdagang. Disusul dengan kehadiran seorang tokoh agama yakni Sayyid Ali Rahmatullah yang menyelamatkan kerajaan Majapahit dari kerusakan moral, kemudian Sayyid Ali mendapatkan julukan Sunan Ampel. Dilanjutkan dengan mengenal kampung arab dan kebangkitan Hadharim yang tinggal di Surabaya dengan membangun sekolah, rumah sakit, dan hotel yang hingga kini masih berfungsi. Kemudian disuguhkan kuliner-kuliner khas Arab.



Bagan 4 4 Sejarah etnis Arab di Surabaya

3. Bab Etnis Cina di Surabaya

Menginformasikan bahwa etnis Tionghoa datang dari Hokkian ke Surabaya untuk berdagang dan kemudian imigran semakin bertambah ketika terjadi krisis ekonomi di Cina. Menjelaskan bahwa Admiral Cheng Ho pernah menyebarkan agama Islam di Surabaya dan membangun sebuah masjid. Menelusuri wisata-wisata yang berhubungan dengan kultur dan adat masyarakat tionghoa. Kemudian menceritakan kisah Liem Seeng Tee pendiri Sampoerna yang merupakan orang keturunan tionghoa yang melegenda.

ETNIS CINA di Surabaya



Bagan 4 5 Sejarah etnis Cina di Surabaya

4. Bab Etnis Eropa di Surabaya

Pada awalnya diceritakan bahwa etnis eropa singgah untuk bekerjasama dagang dengan orang asli Indonesia namun seiring waktu berlalu etnis eropa membangun residen di kawasan pelabuhan Tanjung Perak. Mereka mulai mempengaruhi sistem pemerintahan Indonesia maka orang pribumi jatuh ditangan para penjajah. Menceritakan bagaimana kondisi social masyarakat eropa di Surabaya dan menjadikan pribumi sebagai pelayan. Namun seorang Von faber, seseorang asli keturunan Jerman-Belanda merupakan kontributor besar dalam pencacatan sejarah kota Surabaya.

ETNIS EROPA di Surabaya



Bagan 4 6 Sejarah etnis Eropa di Surabaya

5. Bab Bumiputra

Menceritakan bagaimana kondisi orang asli Indonesia sewaktu masa penjajahan di kota Surabaya. Dimulai dari pakaian yang dipakai pada masa itu. Kejadian 10 November 1945 yang menyulut semangat para pejuang untuk mempertahankan keutuhan Negara Indonesia. Dan menginformasikan mengenai pemimpin Surabaya dan memperkenalkan audiens kepada dialek arekan, Bahasa Surabaya.

BUMIPUTRA di Surabaya

Keturunan

Orang Surabaya merupakan keturunan dari Majapahit, Mataram, dan Kekeratonan Surabaya

Adat Jawa

mulai dari pakaian dan budaya kental dengan adat kekeratonan

Kedatangan Penjajah ¹⁶¹⁷

mempengaruhi pola pikir, kebudayaan dan sistem pemerintahan Surabaya

Jual Beli

Perdagangan untuk mendapatkan rempah dan hasil pangan ditukar dengan opium dan gulden

Pakubuwono II

VOC melakukan perjanjian dengan Pakubuwono II untuk menguasai Surabaya yang merupakan daerah kekuasaan kerajaan Mataram.

Budak di rumah sendiri

Belanda menguasai Indonesia. Rakyat Surabaya menjadi pelayan bagi bangsa Belanda

Pergerakan

Melahirkan sosok-sosok pemimpin yang membawa perubahan di Surabaya



Soekarno



HOS Cokroaminoto



Bung Tomo



MT Haryono



Ruslan Abdulgani



Gubernur Suryo

Kesenian

Surabaya

Karakter



Tari Remo



Tandhak



Ludruk

Kampung Tematik



Sekolah Ongko Loro



Jalan Tunjungan

Dialek Arekan

daily dialect by Surabayan People

Surabaya People

The Characteristic of Surabaya People

Surabaya Youngster

The future of Surabaya

Bagan 4 7 Sejarah Bumiputra di Surabaya

6. Bab Destinasi Wisata Modern

Pada bab ini audiens disugahi dengan tempat tempat wisata menarik yang bisa dikunjungi selama berada di Surabaya mulai dari wisata modern, wisata sejarah, hingga wisata tradisional.

7. Bab Akses dan Transportasi

Audiens akan dapat mengetahui darimana saja Surabaya dapat dituju atau diakses. Dilengkapi dengan moda transportasi yang dapat digunakan di Surabaya yaitu Bus, Angkot, Kereta, dan *Online Driver*.

4.4.3 Map Kota Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian bahwa wisatawan membutuhkan rute perjalanan dan lokasi pariwisata serta profilnya yang pasti harus diadakan penentuan rute berdasarkan yang paling ramai dilewati yaitu:

1. Jalur Penerbangan Juanda

Jalur ini dimulai dari bandara internasional Juanda hingga menuju Kota Surabaya bagian barat untuk melanjutkan perjalanan menuju Jawa Tengah.

2. Jalur Darat Barat

Jalur ini dimulai dari daerah tandes yang selanjutnya menuju ke Surabaya bagian selatan untuk melanjutkan perjalanan menuju Jawa Timur Selatan.



Gambar 4 2 Mapping Kota Surabaya

Dilihat dari *mapping* Kota Surabaya berdasarkan rutanya terlihat jelas bahwa rutanya telah melewati seluruh pariwisata dan situs-situs bersejarah yang dimiliki Kota Surabaya. Perjalanan yang dilakukan baik melalui selatan dan barat berkesinambungan untuk menuju kota sekitar Surabaya.

Rute perjalanan yang akan di alami oleh wisatawan berdasarkan panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya melalui Jalur penerbangan Juanda.

1. Turun dari juanda airport menuju ke pusat Kota Surabaya maka wisatawan akan melewati Surabaya Night Carnival dilanjutkan ke arah Menanggal menuju Masjid Al Akbar.
2. Perjalanan dilanjutkan menuju Citra Raya Estate dan Ciputra Waterpark di kawasan elit Surabaya bagian barat.
3. Selanjutnya dari Surabaya Barat menuju pusat melewati Kebun Binatang Surabaya dan Taman Bungkul.
4. Berikutnya Menuju Surabaya Pusat dimana begitu banyak situs-situs bersejarah yang dapat dikunjungi secara acak, yaitu : Arca Joko Dolog, Monumen Bambu Runcing, Monumen Jendral Soedirman, Masjid Cheng-Hoo, Kuburan Belanda Peneleh, dsb.
5. Keluar melalui jalan Dr. Mustopo menuju Surabaya Timur untuk menikmati Pantai Kenjeran, yang memiliki Pagoda, Patung Buddha Empat Wajah, dan Vihara Sanggar Agung Dewi Kwan Iem.
6. Perjalanan berlanjut menuju makam W.R. Soepratman dan menuju Surabaya Utara ke Tugu Pahlawan, sebuah monument paling bersejarah dan ikonik bagi warga Kota Surabaya.
7. Selanjutnya menuju ke kawasan pecinan Surabaya yaitu kembang jepun. Lalu berlanjut menuju wisata religi ampel yang penuh dengan warga berketurunan Arab.
8. Perjalanan menuju ke utara Surabaya untuk melihat jembatan petekan

yang dahulu kala berfungsi untuk jalur perdagangan laut pada masa penjajahan.

9. Semakin ke ujung utara menuju Tanjung Perak dan monument Jalesveva Jayamahe yang gagah.
10. Kembali menuju kawasan perkotaan melalui jalan Tanjung Sadari melewati Pura Hindu Jagad Karana lalu perjalanan dapat dilanjutkan menuju pasar turi untuk sentra belanja oleh-oleh khas Surabaya maupun menuju ke barat arah Tandes untuk melanjutkan ke arah Barat (Gresik, Tuban. Lamongan, Jawa tengah)

Perjalanan berikut berlaku juga untuk jalur darat. Bedanya dimulai dari Barat Surabaya dan berakhir di Selatan Surabaya untuk melanjutkan ke daerah Selatan (Sidoarjo, Malang, Blitar).

4.4.4 Spesifikasi Buku

Karena buku ini memang dirancang sebagai *collectible book*, maka spesifikasi buku yang digunakan harus cocok dengan target audiensnya. Berikut spesifikasi buku yang diinginkan:

Tabel 4.1 Spesifikasi ukuran buku.

Ukuran	15 x 15 cm ²
Penggunaan Warna	100 halaman full color
Jenis Kertas Isi	HVS
Jenis Kertas Cover	Artpaper
Binding	Jahit
Jilid	Booklet laminasi doff

4.4.5 Prakiraan Harga Produksi

Buku ini untuk dipasarkan pada toko buku import dan internasional Periplus, maka biaya produksi massal sebanyak 1000 buku, antara lain:

Biaya Cetak per buku

Biaya kertas *HVS 100gr* = 50 lembar bolak-nalik x Rp 3.500,- = Rp 100.000,-

Biaya kertas *Artpaper 210gr* = 1 x Rp 3.500,- = Rp 3.500,-

Biaya finishing

Laminasi doff

Rp 5000 x 1 (15 cm x 15 cm) = **Rp 5.000,-**

Binding per buku **Rp. 20.000,-**

Jumlah Total Produksi

Biaya cetak + Biaya *finishing* + Biaya *binding*

Biaya total cover = Rp 108.500,- + Rp 5.000,- + Rp 20.000,-
= **Rp 133.500,-**

MarkUp Penjualan 30 % = Rp 133.500,- x 30 % = **Rp 40.500,-**

Harga Penjualan per Buku = Rp 133.500,- + Rp 40.500
= **Rp 175.000,-** (pembulatan)

Jika memakai jasa offset maka akan jauh lebih murah dan keuntungan yang didapatkan akan lebih banyak.

4.4.6 Stragegi Penjualan

Buku *Explore Surabaya* akan bekerja sama dengan penerbitan internasional seperti Tuttle dan penerbitan yang bekerjasama dengan Periplus, toko buku bertaraf internasional yang memiliki outlet di bandara-bandar internasional dan sentra-sentra belanja yang padat pengunjung.

4.4.7 Warna

Warna yang digunakan mengacu pada warna-warna khas setiap etnis yang ada di Surabaya, memakai warna-warna kartun agar menciptakan kesan segar dan menyenangkan di mata. Warna-warna yang terang sekaligus berhubungan dengan sifat dari penduduk Surabaya yang tegas dan terang-terangan. Warna-warna tersebut juga mewakili warna utama tiap bab yang ada pada buku.



Gambar 4 2 Palet warna yang mewakili tiap bab pada buku.

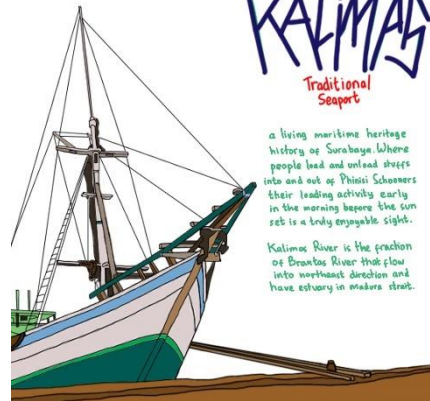
4.4.8 Desain Visual

Berikut merupakan alternatif dari Panduan Wisata Bertema Sejarah Etnik Surabaya berdasarkan hasil penelitian.

A. Layout Konten

Komposisi layout berdasarkan hasil wawancara dan FGD menyimpulkan bahwa dalam satu halaman atau tampilan kanan dan kiri harus mencakup keseluruhan informasi mengenai objek yang sedang dibahas. Dan menurut kajian literatur sendiri. Layout pada buku harus seimbang antara gambar dan tekstual.

home to the most free spirited natives in the island, contributing a very different character to Java. **Rebellious, outspoken bold, and fearless.**



KALIMAS
Traditional Seaport

a living maritime heritage history of Surabaya. Where people load and unload goods into and out of Phinisi Schooners their leading activity early in the morning before the sun sets is a truly enjoyable sight.

Kalimas River is the fraction of Brantas River that flow into northwest direction and have estuary in Madura Strait.

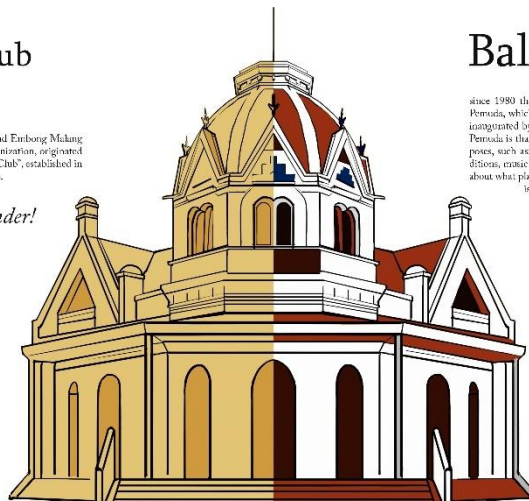
Simpang Club

Simpangsche Societeit
1851

"The Club" at the corner of Simpang and Embong Meking in 1885. The Simpang Club, an organization, originated from the social club simply called "The Club", established in 1851. Many members were Englishmen.

Verboden voor Inlander!
"Indonesians not allowed"

Simpang Club is a club that only white men can enter, an elite club they said. Where Europeans people hangs out and party.



Balai Pemuda

since 1980 the government change Simpang Club into Balai Pemuda, which function as Art Exhibition Centre of Surabaya inaugurated by the Mayor. One of the main functions on Balai Pemuda is that the locals could rent the building for many purposes, such as wedding receptions, seminars, exhibitions, art a diffusion, music concert, etc. Also now you can get information about what place to visit in Surabaya because now Balai Pemuda is a Surabaya Tourist Information Center (STIC).

Societeit in Surabaya



During the Dutch Period Surabaya named a number of social clubs for the colonial upper class. Club Concordia was established in 1843. Members met regularly in their clubhouse at Kembangaji, later named Societiehuysen (now Jalan Veteran). Later Club Concordia moved to a building along Tondong (now Jalan Tunjungan) in 1936. The club, chronological order, Concordia clubhouse was at Tegalsari (Jalan Tegalsari) from 1924. Another Societeit, Club, Netherland, located at Delfjong (Jalan Pagi).

Gambar 4.3 Alternatif Layout dan ilustrasi untuk panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya

Keseimbangan dalam menyuguhkan gambar sangat penting karena terdapat banyak sekali konten yang harus ada dalam satu objek yang dibahas. Contohnya pada gambar di atas sebelah kiri merupakan ilustrasi kya-kya kembang jepun yang merupakan daerah pecinan Surabaya. Menampilkan orang berpakaian cina sebagai *stereotyping* dan bumbu humor. Memberikan informasi mengenai kegiatan dan kultur yang terjadi di sana.

Dan pada gambar sebelah kanan merupakan monument Jalesveva Jayamahe. Gambar diambil dari udara untuk mendapatkan gambar landscape dan membuatnya semakin tampak megah. *Headline dan teks* diseimbangkan dengan ukuran ilustrasinya sehingga cukup informasi.

B. Cover

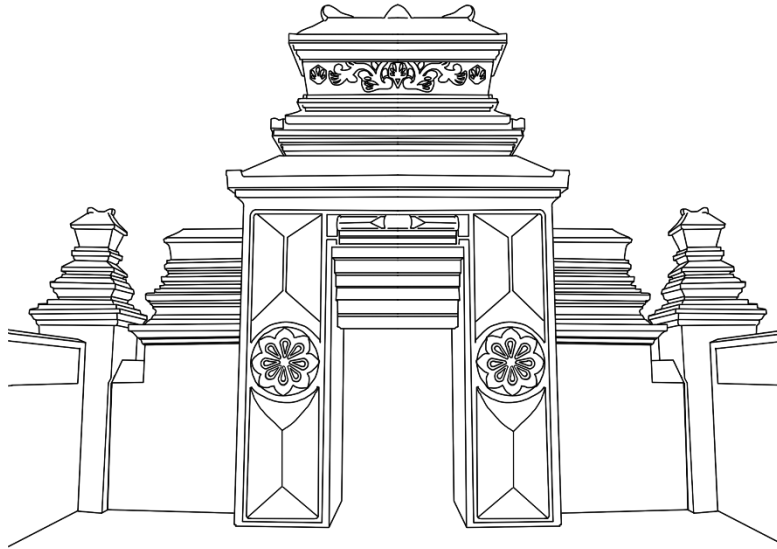
Dengan adanya rute perjalanan dari Selatan Surabaya dan Barat Surabaya maka kover dari buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya ini dibuat menampilkan kesederhanaan perkotaan Surabaya. Untuk mendapatkan suasana Surabaya.



Gambar 4 4 Rough Sketch untuk kover buku panduan wisata bertema sejarah etnik
Kota Surabaya

C. Sejarah Kota Surabaya

Menggambarkan Sejarah Kota Surabaya pada jaman kolonialisme bangsa Eropa. Memberikan ilustrasi objek-objek yang merupakan peninggalan bersejarah yang berhubungan dengan etnik yang tinggal di Surabaya pada masa kolonial.



Gambar 4 5 Sketch untuk bab sejarah Arab pada buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya, merupakan tracing dari gerbang makam Sunan Ampel.

Gambar di atas merupakan salah satu pariwisata yang bersejarah dalam masuknya Islam di Surabaya dimana itu merupakan makam Sunan Ampel dan berhubungan dengan keberadaan etnis Arab yang ada di Surabaya sejak tahun 1420 hingga kini.

D. Keberagaman Kultur Sosial dan Budaya

Surabaya Mixed Culture

Now all the ethnics live together in harmony as with different beliefs and religions. Surabaya welcome and give a high tolerance for people to do whatever they want as long as they don't harm the community. The ethnical residency is not focused on the first original place, Arabian does not only live in the Ampel area, and Chinese doesn't live in the china town area only. everyone spread as the city develop to be the second biggest city in Indonesia. And so the euro-peans there are still descendants of the netherlands which have a "Indo-Belanda Community" here in Surabaya. A lot of people come to Surabaya to work as it is the main industrial and trading city for East side of Indonesia.



Gambar 4 6 Contoh untuk penggambaran masyarakat dalam buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya

Berbagai macam hobi serta profesi dan juga ciri fisik serta keberagaman etnis di Surabaya membuat Indonesia berwarna akan ditampilkan dalam buku panduan wisata ini.



Gambar 4 7 Contoh untuk penggambaran masyarakat eropa dan pribumi pada masa penjajahan.

E. Transportasi

Terdapat beberapa macam transportasi yang dapat digunakan untuk berkeliling Kota Surabaya. Yaitu bus kota, kereta, dan angkot adalah transportasi yang dimiliki oleh pemerintah. Dan ada transportasi lain seperti *Surabaya Shopping and Culinary Track* yang dimiliki oleh perusahaan. Akan ditampilkan secara informatif mengenai rute dan biaya yang akan dihabiskan untuk menggunakan jasa transportasi tersebut.

LYN BEMO / ANGKOT

Lyn is the most common public transportation you will see in Surabaya City. Each code or color has their own route. they are very cheap and used as a daily transportation by many people. Lyn always travel along their route picking and dropping passengers and you can stop them by simply stand in the sidewalk and wave at them as they passing by. be sure to ask the driver about your destination. you can travel the whole corner of the city by Lyn.



Gambar 4 8 Contoh untuk penggambaran alat transportasi beserta keterangan pendukung dalam buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya

F. Peta Perjalanan

Buku Panduan Wisata Bertema Sejarah Etnik Kota Surabaya ini akan dilengkapi dengan sebuah peta yang akan memudahkan wisatawan untuk menentukan rute atau jalur wisata yang akan mereka tempuh. Terdapat keterangan tambahan pada peta dan juga rute kereta dari barat hingga selatan Surabaya dan tentunya lokasi pasti pariwisata-pariwisata yang ada di Kota Surabaya.



Gambar 4 9 Contoh Peta dalam buku panduan wisata bertema sejarah etnik Kota Surabaya

G. Tipografi

pemilihan *font* pada buku ini dibagi menjadi dua, yaitu font Sylfaen pada bagian *Head Text* dan font Adobe Caslon Pro untuk bagian *Body Text* pemilihan font Serif ditujukan untuk penampilan yang lebih elegan dan resmi.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789,./;'!()

Gambar 4 10 Font Poetsen One untuk Head Text

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789,./;'!()

Gambar 4 11 Font Bariol untuk Body Text

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789,./;'!()

Gambar 4 12 Font Consolas untuk keterangan penerbitan

Leading yang digunakan pada *Body Text* adalah 18pt dari ukuran font memberikan ruang kosong pada tiap baris kalimat secara vertikal agar lebih mudah dibaca.



Gambar 4.13 Penggunaan font dan leading pada halaman.

4.5. Proses Desain

Proses perancangan ini berpedoman pada karya tulis ilmiah, dimana hasil penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber data akan dijadikan acuan dalam proses merancang media ini, baik dari komunikasi atau dari tampilan visual yang dihubungkan dengan konsep desain.



Gambar 4 16 Infografis proses desain

4.5.1 Proses Ilustrasi Alternatif Gaya Gambar

Pada proses ini ilustrasi yang dipakai adalah ilustrasi manual menggunakan

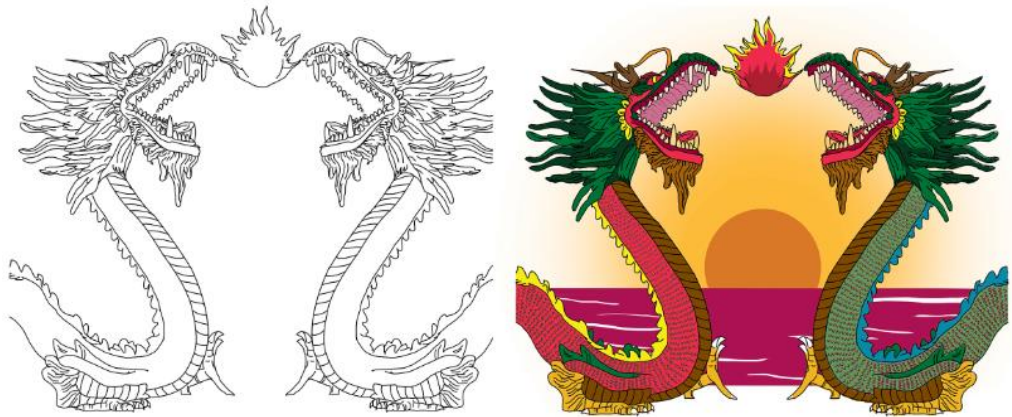
cat air. Alternatif gaya gambar yang digunakan ada dua macam yakni satu secara Kartun dan semi – realis yang dipadukan dengan *outline*.



Gambar 4 14 Alternatif Gaya Gambar ilustrasi manusia.

4.5.2 Proses Pewarnaan

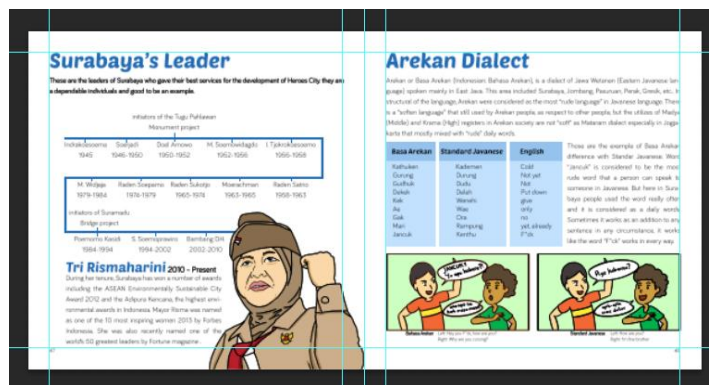
Merupakan sebuah proses pewarnaan digital yang dilakukan dari tahap sketch, line art, *block*, dan rendering.



Gambar 4 15 Proses Pewarnaan Objek Wisata Vihara Kwan Im.

4.5.3 Proses Layout

Layout merupakan proses terpenting dalam perancangan sebuah buku, dalam proses ini semua elemen dalam buku di tata sehingga terbentuk *layout* buku sesuai dengan konsep yang diinginkan.



Gambar 4 16 Penataan Layout pada konten buku.

Kentuan pada buku adalah 0,5 inci margin pada setiap sisi untuk mengantisipasi pemotongan pada saat cetak dan memberikan ruang yang lebih luas untuk mata audiens sehingga dapat menikmati konten.

4.5.4 Simplifikasi Ikon Peta

Ikon pada peta yang tersedia memudahkan audiens untuk memahami apa yang berada pada peta. Desain menggunakan simplifikasi objek-objek wisata yang dimaksud dengan menggunakan teknik *vector*.



Gambar 4 17 Simplifikasi objek wisata menjadi ikon.

4.6. Alternatif Desain Digital

4.6.1. Cover Buku

Untuk desain mengikuti menampilkan kondisi kota Surabaya saat ini dan menyertakan beberapa objek wisata yang terdapat di Surabaya sehingga memberikan gambaran kepada audiens sebelum membaca buku.



Gambar 4 18 Proses Alternatif Cover Buku.

4.6.2 Desain Sub-Bab

Alternatif sub-bab pemisah antara bab satu dengan bab lain serta warna dan isinya.



Gambar 4 19 Alternatif Sub Bab pada buku.

4.6.3 Desain Isi Konten

Alternatif isi konten dari buku yang berisi informasi serta ilustrasi untuk audiens.



Gambar 4 20 Alternatif desain pada isi konten Sunan Ampel.

BAB V

IMPLEMENTASI DESAIN

5.1 Desain Final

Desain Final ini memuat elemen – elemen visual secara keseluruhan serta konten buku yang telah terpilih dan dikombinasikan hingga menjadi satu bagian buku yang utuh. Implementasinya dibagi menjadi elemen grafis, cover buku, desain halaman daftar isi, sub-bab, lay-out halaman isi, desain jaket buku serta desain media pendukung dari buku sendiri.

5.1.1 Elemen Grafis

Elemen grafis ini adalah bentukan visual yang digunakan pada buku seperti tipografi judul, visual pada page numbering, dan desain pattern.

1. Judul Buku

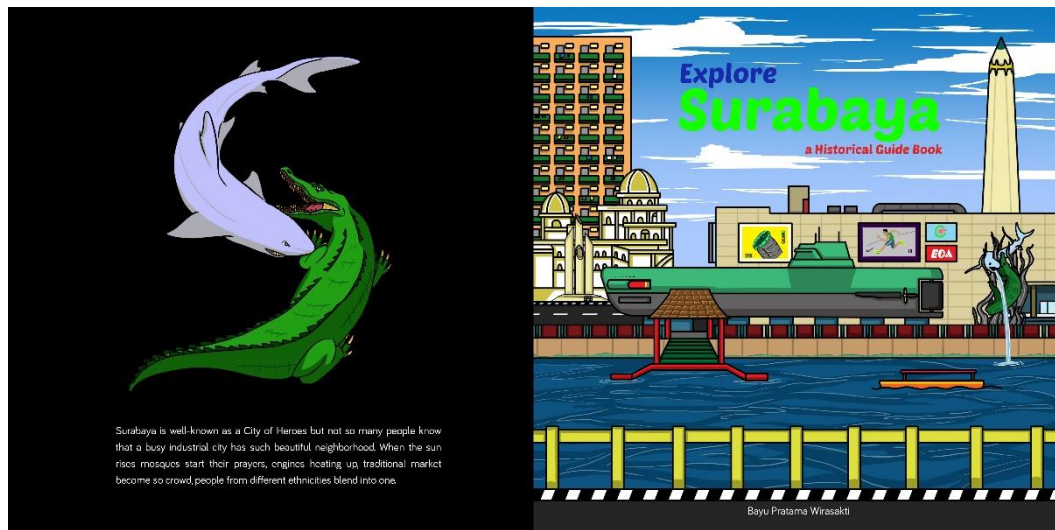


Gambar 5 1 Tipografi judul buku

Judul buku adalah *Explore Surabaya a Historical Guide Book*.

Memakai warna terang agar menarik perhatian pembeli dan memakai font *sans-serif* agar memiliki kesan menyenangkan dan memberi semangat.

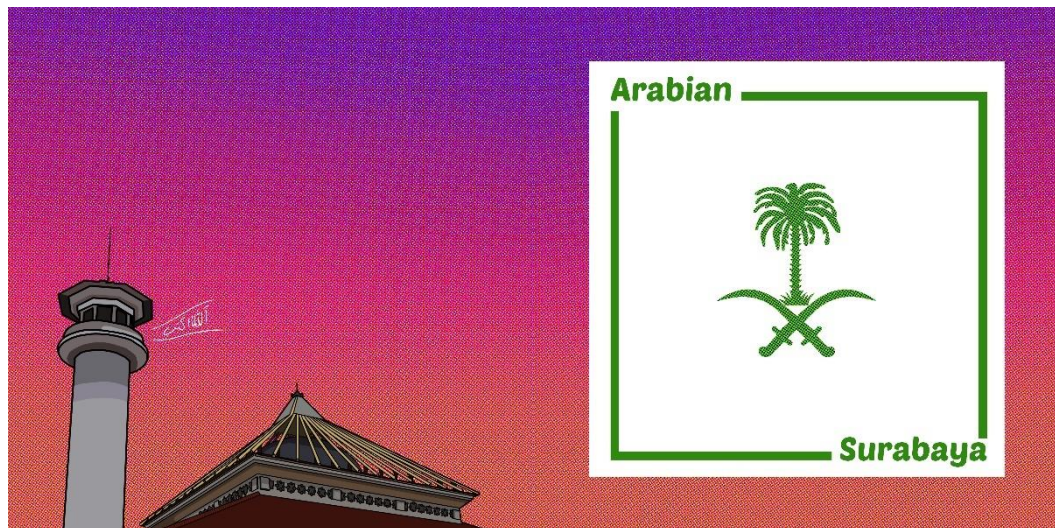
2. Cover Buku

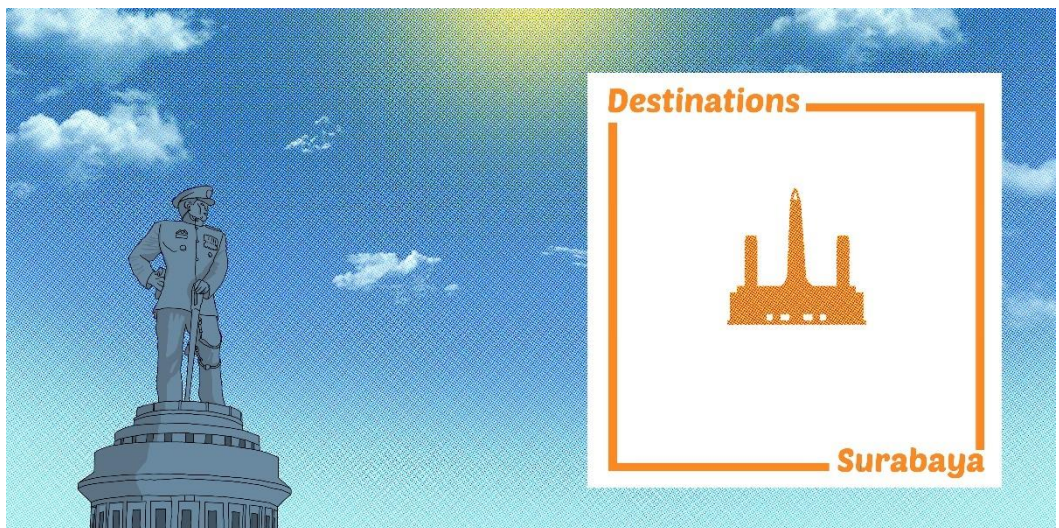
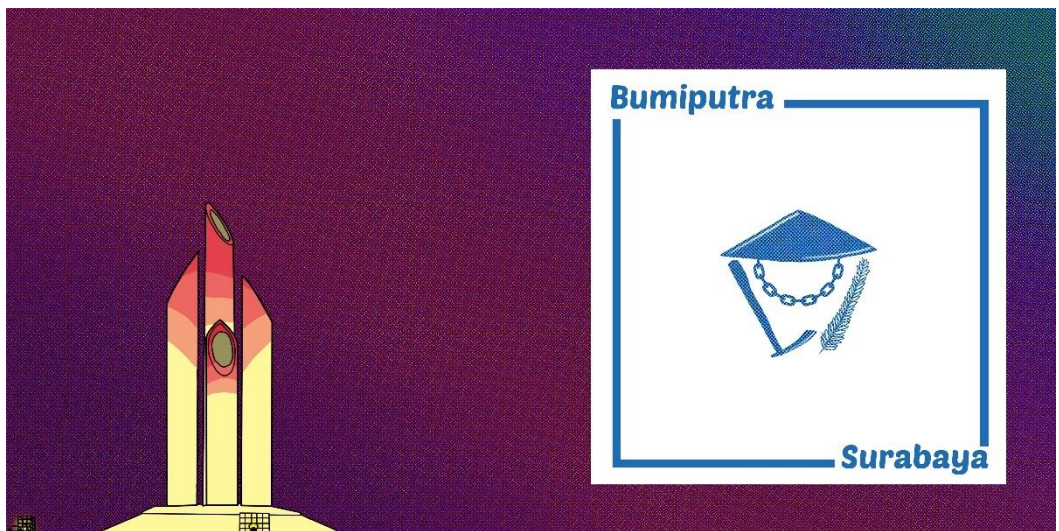
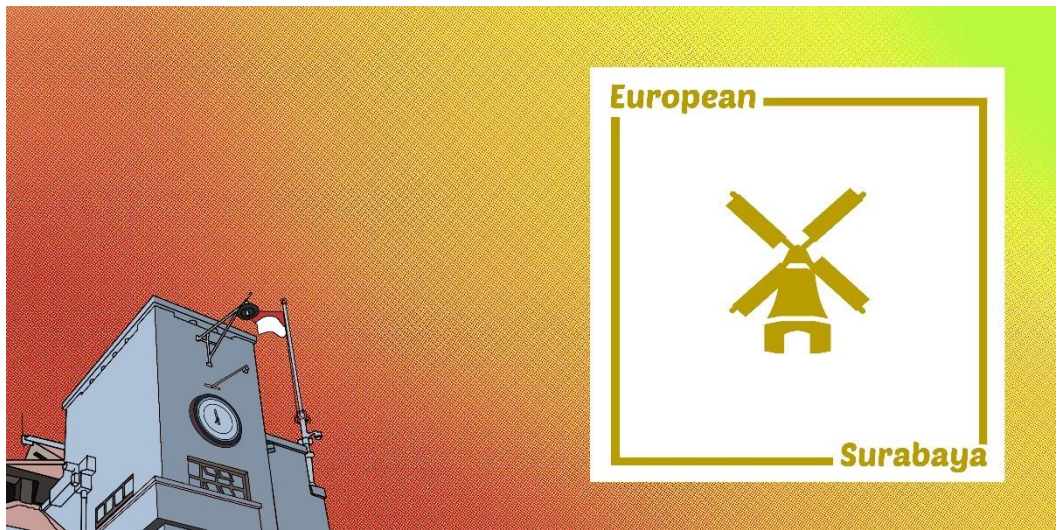


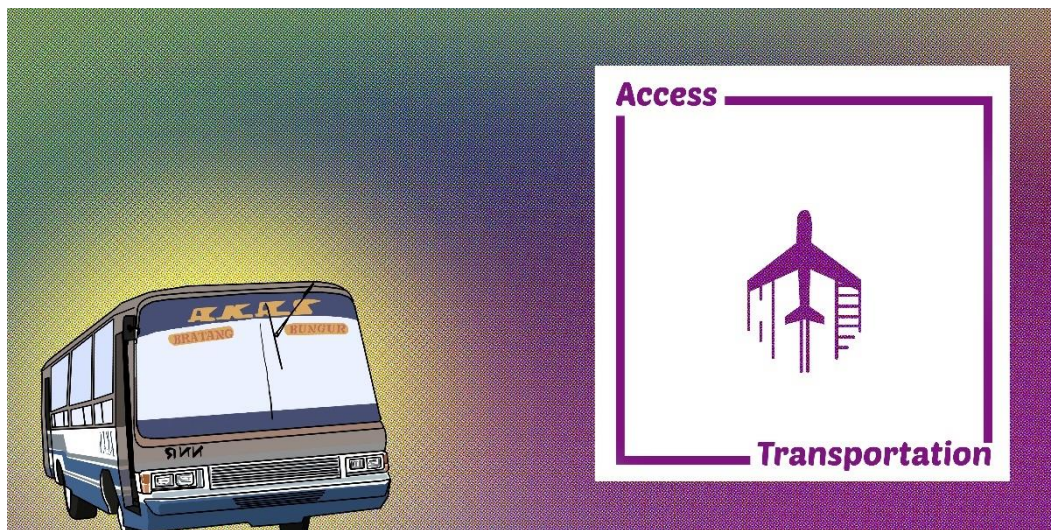
Gambar 5 2 Cover Buku depan dan belakang Explore Surabaya.

Desain Cover menunjukkan keadaan kota Surabaya. Cover dibuat dengan warna warna terang sehingga menarik perhatian audiens. Menunjukkan ikon Surabaya dan objek-objek wisata yang ada di Surabaya.

3. Desain Sub Bab







Gambar 5 3 Desain Sub bab pada buku

Desain sub bab yang menjadi pemisah antara bab satu dengan yang lain sehingga memiliki tatanan dalam penceritaan sehingga memudahkan pengguna untuk membaca dan memahami isi dari buku.

4. Keterangan penerbitan

Published by Tuttle Publishing, an imprint of Periplus Editions (HK) Ltd.
www.tuttlepublishing.com
 Copyright 2017 by iditions wirasakti
 English language proofread copyright 2017 by Periplus Editions (HK) Ltd.
 All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or utilized in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without prior written permission from the publisher.
 Library of Congress Cataloging-in-Publication Data
 Wirasakti, Bayu.
 [Surabaya. English]
 Explore Surabaya : a Historical Guide Book/text and illustration by Bayu Pratama Wirasakti.-1st English language ed.
 102 p. : col. ill. ; 15cm
 ISBN 6281-2-17807848
 1. Surabaya (Indonesia) - Description and city guide book
 2. Wirasakti, Bayu-Guide Book-Surabaya-Indonesia
 ISBN 6281-2-17807848
 Distributed by
 North America, Latin America & Europe
 Tuttle Publishing
 164 Innovation Drive
 North Clarendon, VT 05759 0436 U.S.A.
 Tel: 1 (802) 771-8918; Fax: 1 (802) 771-8993
info@tuttlepublishing.com
www.tuttlepublishing.com
 Asia Pacific
 Berkeley Books Pte. Ltd.
 61 Tai Seng Avenue #02-12
 Singapore 534167
 Tel: (65) 6280-1330; Fax: (65) 6280-6290
inquiries@periplus.com.sg
www.periplus.com
 TUTTLE PUBLISHING is a registered trademark of Tuttle Publishing
 a division of Periplus Editions (HK) Ltd.



Bibliography

Widodo, Dukut Inan. *Hikajat Soerabaia Tempoe Doeioe*. Surabaya: Dukut Publishing, 2008.

Zierikzee. *Soerabaja 1900-1950 Havens, Marine, Stadsbeeld, Port, Navy, Townscape*. London: Asia Major, 2004.

Von Faber, Godfried Hariowald. *Oud Soerabaia*. Surabaya: Gemeente Soerabaia, 1931.

Von Faber, Godfried Hariowald. *Nieuw Soerabaia*. Surabaya: N.V. Boekhandel en Drukkerij H. van Ingen, 1934.

Broeshart, A.C. *Soerabaja Beeld van een stad*. Netherlands: Asia Major, Purnerend, 1997.

Netherlands-Indies. *Handbook of the Netherlands East-Indies*. Batavia: Department of agriculture, industry and commerce, 1930.



Credits

Author : Bayu Pratama Wirasakti
 Proofreader : Ananda Widya Ningrum
 Booksources : C20 Library and Office
 Adil Albatati
 Editorial Advice : Kartika Kusuma Wardani
 Senja Aprela Agustini
 Ramok Lakoro
 Sayatman

A lot of thanks to everyone who support the author to finished this book

Thanks to Allah SWT, thanks to all the provider of the sources; Tourism Division Government of Surabaya, Adil Albatati, C20 Library and office, Mr. Dukut Inan Widodo. And all the interviewee; Mrs. Deborah Gabinetti, Ms. Bernice, Ms. Esti Purwa Anugrah, Annie Benhernt, Mr. & Ms. Benhernt, Joseph, Marek, George. Thanks to every person including Pine Family who give the best moodboost in the universe.

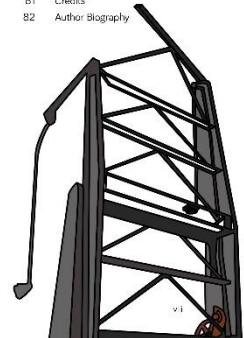
82

Gambar 5 4 Keterangan penerbitan pada buku Explore Surabaya.

5. Daftar Isi

Table of Contents

i-ii	Greetings	21-22	European in Surabaya	51-52	Destinations in Surabaya	75-78	Travel Notes
iii-vi	Introduction	23-24	European History in Surabaya	53	Kenjeran Beach	79	Farewell Note
vii-viii	Table of Contents	25-26	Opium	54	Monkasel	80	Bibliography
1-2	Arabian in Surabaya	27-28	Simpang Club	55	Kalimas River	81	Credits
3	Arabian History in Surabaya	29-30	Colonialism Nightlife	56	Ciputra Waterpark	82	Author Biography
4	Suran ampel	31	G.H. Von Faber	57	Surabaya Zoo		
5-6	Makam Suran Ampel	32	Museum Mpu Tantular	58	Kayoon Floral Market		
7	Hadharim	33-34	Kepanjen Church	59-60	Jagat Karana Temple		
8	Kemadjoan Hotel	35-36	Bumiputra in Surabaya	61-62	Access and Transportation		
9-10	Arabian Culinary	37-38	Bumiputra	63	Juanda Airport		
11-12	Chinese in Surabaya	39	Battle of Surabaya	64	Suramadu Bridge		
13-14	Chinese History in Surabaya	40	The Main Bottle	65	Train Stations		
15	Admiral Cheng Ho	41	Tugu Pahlawan	66	Stations Lists		
16	Cheng Ho Mosque	42	10th November Museum	67	Bungurash Bus Station		
17	Hong Tiek Hian Temple	43	Wage Rudolf Supratman	68	City Bus Route		
18	Kwan Im Vihara	44	Indonesia National Anthem	69	Lyn		
19	House of Sampoerna	45-46	Bonek Greenforce	70-71	Lyn Coude and Route		
20	Liem Seeng Tee	47	Surabaya's Leader	72	Available Online Driver		
		48	Arekan Dialect	73	Itinerary		
		49-50	Surabaya Culinary Heaven	74	Surabaya Mixed Culture		



Gambar 5 5 Layout daftar isi.

Daftar isi berisi keterangan isi dan penunjuk halaman yang ada pada buku *Explore Surabaya*.

6. Layout Halaman dan QR Code

Hadharim

The year 1820 marked a milestone in the rise of the Hadharim (Arab origin from South Yemen) immigrants to Java, where foreigners had been stationed in certain districts.



Although history records that since 1451 the Hadharim group, along with Chinese and Indians, were placed in the Lower City (Benedenstad), but only began in the 1870s rapidly increasing with the northeastern region becoming the center of their settlement, known today as the Arabian village of Surabaya. This area is restricted to Madura Strait in the North, Pegirian River in the East, Kembarang Japun in the North, and Kalimas on the West side.

Among them, stretches Kompe-mentsstraat (road camp) from North to South. While under the Dutch colonial occupation, the Arab village of Surabaya, like any other region, obtained the names of colonial government roads. Not infrequently, the names of the roads used are names of famous figures who inhabit the region. Here are the street names in the KH area: Mansyur - Ampel - Slage - Nyamplungan - to Sasak during the Dutch colonial period.



Kemadjoean Hotel



There is a modern school that is not less important, namely Al Irsyad school by Syech Ahmad Surkati in 1911. Al Irsyad not only changed the strata of education but also the lifestyle of Mu-walled (Arab descendant) who made this school finally have to think about school development in the next period. Then they agreed to establish another business which is a hotel.

That was then a paradise of the traders and immigrants in Surabaya as the east gate of Java. So Kemadjoean Hotel was established on January 15, 1924 in Kampementstraat (now KH Mansyur). All income from the hotel is used for Al Irsyad school.



Gambar 5 6 Layout pada halaman konten.

Surabaya Culinary Heaven



Lontong Balap

the signature main dish of Surabaya, bean sprout cooked with the broth and mixed with jento made from tolo bean, with lontong and clam satay.



43



Semanggi Suroboyo

a snack dish made from cooked semanggi leaves with peanut sauce, eat with krupuk paku, a thin cracker made from rice that act as a spoon too.



Sate Ayam Lisidu

Real Surabaya signature chicken satay made from local chicken with unique characteristic of meat and peanut sauce, skewered and grilled.



Traditional Snacks

In the image you can see temper made from rice and chicken, gethuk made from cassava, and lapis legit a layered cake that influenced by dutch during colonial times. You can find them in the traditional market anywhere around the City.



50

Gambar 5 7 Layout pada halaman kuliner.

Admiral Cheng Ho

Cheng Ho, was a Chinese mariner, explorer, diplomat, fleet admiral, and court eunuch during China's early Ming dynasty. He was originally born as Ma He in a Muslim family, later adopted the conferred surname Cheng from Emperor Yongle. Cheng commanded expeditionary voyages to Southeast Asia, South Asia, Western Asia, and East Africa from 1405 to 1433. His larger ships stretched 120 meters or more in length. These carried hundreds of sailors on four tiers of decks.

On the Journey to East Java, Admiral Cheng Ho brought some merchants to do some tradings, that was the time when Surabaya was the promised land for trading from around the world. He studied about Islam and found it great so he convert into one. He built settlements to maintain chinese trading around Java and Indonesia. This is the main reason of so many chinese people come to Surabaya. Ho made his own mosque here that named after his name.



China was on a politic chaos on 1920. So people on the opposite party flee to another country. Indonesia is one of the choices, and in 1930 there was an economic crisis in melleayu that caused mass termination of employment for chinese workers there and they run to Surabaya to seek another good fortune so they can eat and continue their life. Chinese people are no longer stranger here in Surabaya, they are part of Surabaya.

15

Cheng Ho Mosque

The architecture of Muhammad Cheng Hoo Mosque is really artistic and interesting. Constructed by combining the Islamic, Javanese and Chinese culture. Mosque which the building designs resembles a temple (house of worship of Tri Dharma). The mosque is mostly colored with red, green, and yellow. The ornaments are rich of antique Chinese influence. The entrance resembles the shape of the pagodathis. This mosque create a beautiful harmony with calm and relaxing atmosphere.



Gb 5.8 layout pada halaman tokoh.



Europeans in Surabaya

In the 16th century the dutch resides in the northwest side of Ujung Galuh (Surabaya) and build a small residency to maintain the trading and cooperation to natives Indonesian but only limited to coastal settlements. The main trading is for spices as they don't have it back home. But after a while they start to build even more and influence their government system to the Indonesian system, and so there is an agreement of VOC (Dutch East India Company) cooperation with the native and slowly but sure they start to take over more and more Surabaya's territory. Not only in trading VOC start to have an important position in military and many governments affairs, through this way Europeans start to live with the natives and some are good and some are bad. The Dutch colonialists formed a privileged upper social class of soldiers, administrators, managers.

23

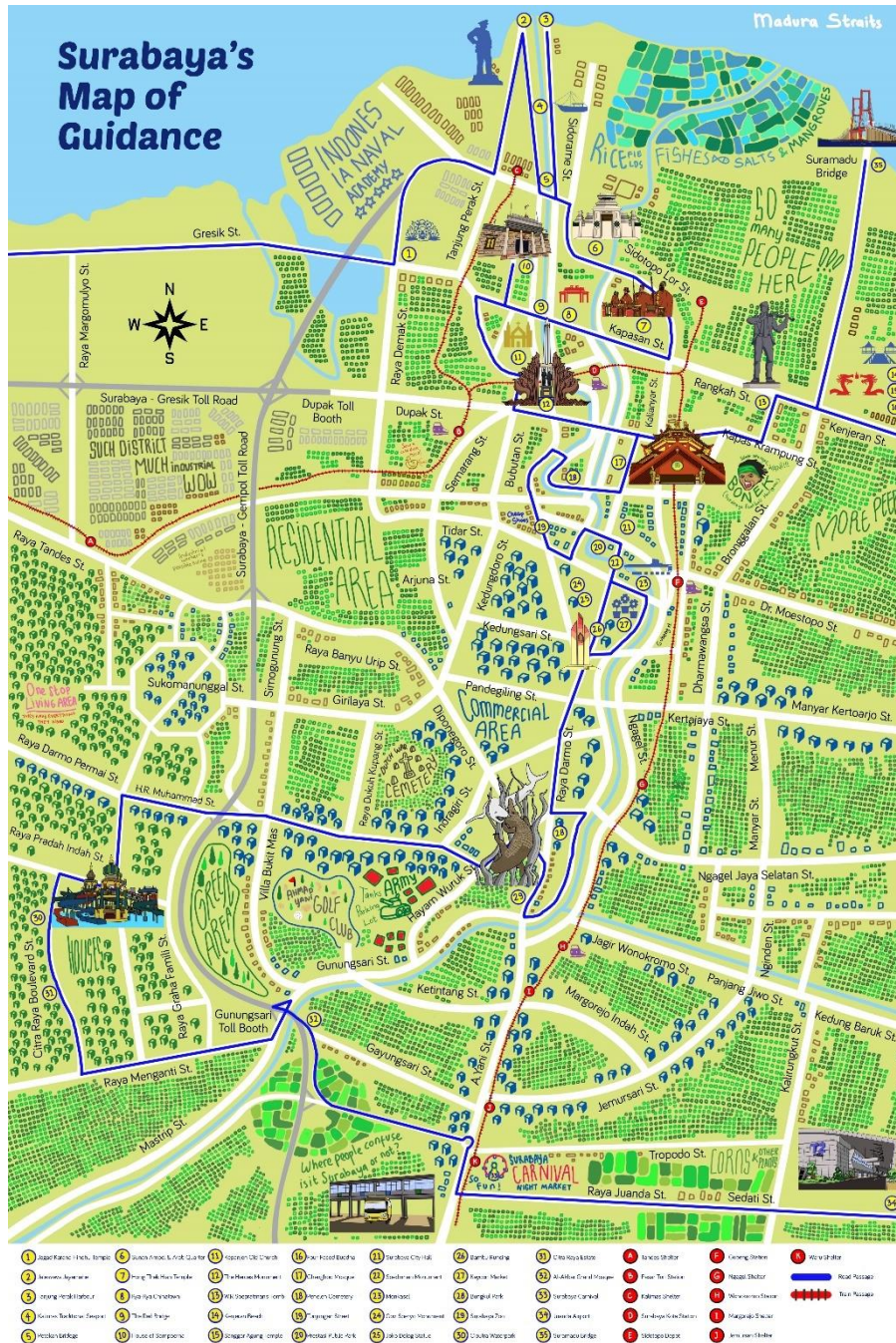
They lived together with the "natives", but at the top of a rigid social and racial caste system. After the VOC was dissolved in 1800 following bankruptcy, and after a short British rule under Thomas Stamford Raffles, the Dutch state took over the VOC possessions in 1816. A Javanese uprising was crushed in the Java War of 1825-1830. The Japanese invasion and subsequent occupation during World War II ended Dutch rule and encouraged the previously suppressed Indonesian independence movement. In May 1940, early in World War II, the Netherlands was occupied by Nazi Germany. The Dutch East Indies declared a state of siege and in July redirected exports for Japan to the US and Britain. The World War II made the netherlands went home to their motherland and some fell in love with Indonesia and stay.

24

Gambar 5 8 Layout pembuka sejarah etnis.

Layout ini tersedia pada isi konten dalam buku. Dilengkapi dengan *QR Code* yang selalu berada di ujung buku sehingga memudahkan audiens untuk memindainya.

7. Desain Peta



Gambar 5 9 Peta yang dilengkapi ikon untuk memudahkan pencarian.

Di atas merupakan desain peta yang akan ditempel pada jaket buku sehingga audiens dapat melihat buku dan peta secara bersamaan.

8. Media Pendukung



Gambar 5 10 Desain X-banner untuk keperluan pameran dan launching buku.

Desain pendukung dibuat untuk memenuhi kebutuhan promosi buku. Berupa dua buah *X-banner* yang akan diletakkan saat mengadakan pameran peluncuran buku *Explore Surabaya*.

5.2 Riset Pembaca

Riset pembaca ditujukan untuk mendapatkan kritik dan saran untuk perancangan yang telah dibuat. Dilakukan dengan cara memberikan waktu pada audiens untuk mengamati dan memahami isi dari buku dari berbagai aspek sehingga audiens dapat menilai kekurangan dan kelebihan dari perancangan ini.

Wisatawan Mancanegara adalah target utama dari buku ini sehingga warga negara asing merupakan orang yang tepat untuk menilai buku ini. Audiens diberi waktu selama 15 menit untuk membaca buku *Explore Surabaya* kemudian audiens dapat mengutarakan kelebihan dan kekurangan dari buku ini.



Gambar 5 11 Keluarga Benhernt membaca buku *Explore Surabaya*.

Keluarga Benhernt terdiri dari Nyonya dan Tuan Bernhernt dan Annie Bernhernt anak mereka yang berkuliah di Universitas Petra di Surabaya. Keluarga Berhernt mengatakan bahwa buku ini sudah sangat informatif dan sangat membantu wisatawan mancanegara untuk berwisata di Surabaya. Cara buku ini membagi bab menjadi beberapa memberikan kemudahan para pembaca untuk lebih mudah memahami pokok bahasan. Tuan Bernhernt juga memuji karena QR Code benar-benar berfungsi ketika dicoba dan bahkan Annie ingin membeli buku *Explore Surabaya* saat itu juga.



Gambar 5 12 Turis asal Mexico membaca Explore Surabaya.

Tiga wisatawan tersebut merupakan turis asal Mexico yang sedang menikmati salah satu sentra belanja terbesar di Surabaya. Joseph, George dan Marek memiliki kesempatan untuk membaca buku dan mereka sangat tertarik untuk mencoba makanan-makanan yang berada di dalam buku. Mereka memiliki saran untuk mengurangi teks yang berada dalam buku karena menurut mereka sedikit orang yang benar benar akan membacanya dan menambahkan lebih banyak tempat kuliner dan hiburan sehingga tidak terbatas pada situs sejarah saja

5.2.1 Hasil Riset Pembaca

Dari hasil yang didapatkan ketika melakukan tes paska produksi terhadap audiens mancanegara didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Buku memiliki informasi yang padat
2. Buku sangat memudahkan turis mancanegara untuk berwisata di kota Surabaya
3. *QR Code* bekerja dan peta sangat membantu wisatawan.
4. Ilustrasi menarik sehingga menambah minat membeli dan membaca.
5. Wisatawan mancanegara bersedia membeli buku dengan kisaran harga \$10-\$15 USD.
6. Mengharapkan konten yang menyertakan akomodasi hotel.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Pemaparan tentang konsep desain dan berbagai alternatif serta literturnya sudah dijelaskan. Dimulai dari ujung hingga ujung Kota Surabaya akan diulas dan di ilustrasikan wujudnya sehingga lebih menarik dan dapat memberikan suasana baru dan tentunya sumber baru sebagai literatur wisata Kota Surabaya. Diharapkan dalam adanya media baru dengan teknik penyampaian yang baru dapat menunjang sektor pariwisata Kota Surabaya. Dari hasil perancangan yang dimulai dari perencanaan dan implementasi desain, termasuk riset dan observasi dataa sampel & target audiens, hingga proses penentuan kriteria desain dan implementasi desain, dapat disimpulkan bahwa:

- Wisatawan mancanegara kurang mengetahui situs pariwisata dan sejarah kota Surabaya dikarenakan kurangnya media yang mengangkat sisi pariwisata Surabaya meski kini wisata-wisata di Surabaya telah direvitalisasi.
- Keberagaman Etnis di Surabaya memiliki peranan penting dalam perkembangan kota Surabaya dan meninggalkan jejak wisata bersejarah yang memiliki nilai pariwisata tinggi.
- Buku ini dapat menjadi media promosi serta pemandu pariwisata bersejarah di kota Surabaya agar wisatawan yang mengunjungi dapat dengan mudah mengakses wisata-wisata di kota Surabaya. Selain itu, buku ini juga mampu memicu kecintaan kepada kota Surabaya dan menarik perhatian kolektor buku.

6.2 Saran

Dalam perancangan buku panduan wisata bertema sejarah etnik kota Surabaya ini masih banyak hal yang perlu diperbaiki seperti:

- Masih banyak konten pariwisata kota Surabaya yang belum masuk ke dalam konten isi buku dikarenakan begitu banyak pariwisata dan melalui banyak pertimbangan dan diskusi dengan pihak STIC. Contoh wisata kampung-kampung di Surabaya dan pariwisata modern dan akomodasi hotel.
- Tunjangan dan dukungan dari pihak kampus dalam kegiatan yang mampu meningkatkan prestasi dan wawasan mahasiswa, perlu ditingkatkan lagi. Terutama dalam menjembatani hubungan dengan dunia Desain Komunikasi Visual secara luas dan profesional.
- Dapat terciptanya buku sejenis dengan seri yang berbeda sehingga bisa menjadi produk yang kontinyu dan membantu sektor pariwisata di kota-kota lain.

Adapun saran untuk segi desain, yaitu:

- Menentukan nilai-nilai tambah buku yang akan membuat orang tertarik untuk membelinya, seperti aspek kolektabilitas dan eksklusivitas berisi konten yang belum pernah dipublikasikan sebelumnya dan bisa dari segi visual atau *finishing* buku.
- Memperbaiki aspek-aspek desain yang masih kurang konsisten seperti kebersihan ilustrasi dan tata layout.

DAFTAR PUSTAKA

- Aledia Guevara.2006.*Riding My Father's Motorcycle*
- Broeshart, A.C.1997. *Soerabaja Beeld van een stad*. Netherlands: Asia Maior
- Dolina Gitapati.2012.*Analisis Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal Tahun*.
- Fathi A. El-Shihibi.2010.*Travel Genre in Arabic Literature: A Selective Literary and Historical Study*.
- Hizkia Yosie Polimpung.2013.*Indonesain Journal of Social and Cultural Antropology*
- Netherlands-Indies.1930.*Handbook of the Netherlands East-Indies*.Batavia: Departement of agriculture,industry and commerce.
- Von Faber, Godfried Hariowald.1931.*Oud Soerabaia*.Surabaya: Gemeente Soerabaia
- Von Faber, Godfried Hariowald.1934.*Nieuw Soerabaia*.Surabaya:N.V. Boekhandel en Drukkerij H. Van Ingen.
- Widodo, Dukut Imam.2008.*Hikajat Soerabaia Tempoe Doeloe*.Surabaya: Dukut Publishing.
- Yusak Anshori, Dewa Gde Surya.2012.*Sparkling Surabaya dan Revitalisasi*
- Zierikzee.*Soerabaja 1900-1950 Havens, Marine, Stadsbeeld, Port, Navy, Townscape*.London:Asia Maior.

Lampiran

Kuesioner

Untuk bapak/ibu yang terhormat dalam rangka memenuhi tugas Desain Komunikasi Visual Konseptual tentang perancangan buku panduan wisata bertema sejarah etnik kota Surabaya. Bapak/Ibu diharapkan dapat mengisi kuesioner yang telah disediakan sesuai dengan pendapat masing-masing. Setiap jawaban Bapak/Ibu merupakan bantuan yang sangat besar untuk penulis. Terima kasih atas kesediaannya mengisi kuesioner ini, silahkan diisi.

Identitas Diri

Jenis Kelamin : L/P

Usia

- a. 16-18
- b. 19-22
- c. 23-25
- d. >25

Pendidikan

- a. SMP
- b. SMA
- c. Sarjana/Sederajat
- d. >Sarjana

Pekerjaan

- a. Pelajar
- b. Pegawai
- c. Wiraswasta
- d. lain-lain

Penghasilan rata – rata per bulan:

- a. 500.000-1.000.000
- b. 1.000.000-2.500.000
- c. 2.500.000-5.000.000
- d. >5.000.000

Minat

Ketertarikan terhadap buku

- a. Sangat suka
- b. Suka
- c. Biasa saja
- d. Tidak suka

Pertimbangan dalam memilih dan membaca buku

- a. Isi Buku
- b. Iklan Poster/Promosi
- c. Cover buku
- d. Ilustrasi

Frekuensi membeli buku

- a. <2x dalam sebulan
- b. 2-4x dalam sebulan
- c. >4x dalam sebulan

d. Tergantung jadwal terbit

a. Sangat tahu

b. Cukup tahu

c. Tidak tahu

Nominal yang dikeluarkan untuk membeli buku

a. <100.000

b. 100.000-250.000

c. 250.000-500.000

d. >500.000

Apakah mengetahui sejarah kota Surabaya?

a. Ya

b. Tidak

Opini

Apakah tahu perkembangan sejarah etnis Surabaya ?

Apakah media buku dibutuhkan Surabaya sebagai sarana promosi wisata?

a. Sangat tahu

b. Cukup tahu

c. Tidak tahu

a. Ya

b. Tidak

Apakah kesulitan mendapatkan informasi sejarah etnis di Surabaya ?

Apakah mengetahui Lokasi Wisata Surabaya?

a. Ya

b. Tidak

Questionnaire

For honorable Mr/Mrs in order to fulfill the task of Visual Communication Design Conceptual about designing tourist guide book with ethnic history of Surabaya city. Mr / Mrs is expected to fill out the questionnaire that has been provided in accordance with their respective opinions. Every answer Mr / Ms is a great help for writers. Thank you for your willingness to fill out this questionnaire, please fill out.

Personal identity

Gender: L / P

Age

- a. 16-18
- b. 19-22
- c. 23-25
- d. > 25

Interest

Interest in books

- a. Really like
- b. Likes
- c. So-so
- d. Do not like

Considerations in selecting and reading books

- a. Book Content
- b. Poster / Promotion Ads
- c. Book cover
- d. Illustration

Frequency of buying books

- a. <2x in a month
- b. 2-4x in a month
- c. > 4x in a month
- d. Depending on the published schedule

Nominal issued to buy the book

- a. \$1-\$10
- b. \$10-\$20
- c. \$20-\$50
- d. >\$50

Opinion

Is the media needed for Surabaya as a means of tourism promotion?

- a. Yes
- b. No

Do you know the Location of Surabaya Tourism?

- a. Know it very well
- b. Know enough
- c. Do not know

Do you know the history of
Surabaya?

- a. Yes
- b. No

Does know the development of
ethnic history of Surabaya?

- a. Know it very well
- b. Know enough
- c. Do not know

Is it difficult to get information on
ethnic history in Surabaya?

- a. Yes
- b. No

**Wawancara dengan bapak Fauzi M Yos selaku Kepala Bidang RHU
Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surabaya.**

- Apa saja perhatian pemerintah terhadap sektor pariwisata Surabaya?
- Bagaimanakah kondisi pariwisata di Surabaya saat ini?
- Apa daya tarik wisatawan terhadap Kota Surabaya?
- Apa saja media yang selama ini digunakan untuk mempromosikan pariwisata di Kota Surabaya?
- Pendapat mengenai Buku Panduan Wisata yang akan dibuat

**Wawancara dengan bapak Agus Imam Sonhaji selaku Ketua Badan
Perencanaan Pembangunan Kota Surabaya**

- Apa keunggulan Kota Surabaya?
- Apa potensi Kota Surabaya?
- Apa usaha pemerintah dalam meningkatkan potensi Kota Surabaya?
- Apa saja pariwisata yang ingin ditonjolkan oleh pemerintah Kota Surabaya?

Wawancara dengan ibu Bernice Helena selaku seorang traveler berkebangsaan Finlandia yang merupakan seorang sineas dan dosen di Institut Kesenian Jakarta. Dan Wawancara dengan ibu Deborah Gabinetti selaku warga negara Amerika Serikat yang menetap di Bali yang merupakan seorang Direktur Festival Film Internasional Balinale.

- What do you know about cities in Indonesia
- What is your personal interest in Indonesian History
- Where do you prefer to travel in Indonesia
- What do you know about Surabaya
- What is your suggestion for a city guide book
- What is your opinion about *Explore Surabaya* book



BIODATA PENULIS

Bayu Pratama Wirasakti, lahir di kota Surabaya tanggal 18 September 1993. Anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Pontjo Yunarko dan Yayuk Ely Agustin lebih akrab dipanggil Bayu. Pendidikan yang pernah ditempuh penulis dimulai dari TK. Tumbuh Kembang Surabaya, SDN Dr. Soetomo V Surabaya, SMPN 39 Surabaya, dan SMAN 9 Surabaya.



Semasa kuliah penulis aktif sebagai panitia berbagai acara di kampus dengan fokus pada divisi kreatif dan memiliki beberapa pengalaman untuk mengerjakan proyek kreatif dari kampus lain. Penulis pernah menjadi desainer dari acara penghargaan perfilman internasional di Bali. Perancangan buku panduan wisata bertema sejarah etnik kota Surabaya merupakan judul tugas akhir yang diambil penulis karena ketertarikan pada bidang pariwisata dan ilustrasi.

Email : bayupwirasakti@gmail.com

Line : bayupws

IG : @wrsxti

WA : +6281217897848